



燕京啤酒
中国人自己的啤酒



2026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
企业文化	04
未来展望	107
荣誉奖项	109
读者反馈	111

 夯实治理根基

优化公司治理	07
可持续发展管理	14
强化风险管控	22
坚守商业道德	26

 关怀铸就成长

保障员工权益	89
心系员工福祉	92
助力职业成长	95
守护员工健康	98

 践行绿色发展

强化环境合规管理	33
应对气候变化	40
资源能源高效利用	44
规范污废排放	58
守护生态系统与生物多样性	63

 责任彰显担当

助力乡村振兴	105
参与志愿行动	105
社区融合共建	106

 创新赋能未来

深耕研发创新	67
坚守质量底线	69
打造卓越服务	74
共建可持续供应链	80
严守数据安全	85

关于本报告



时间范围

本报告为半年度报告，时间跨度为2026年1月1日至2026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

本报告参照全球报告倡议组织（GRI）发布的《可持续发展报告标准》（GRI Standards）、中国酒业协会T/CBJ 1106-2024《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61家，遍布全国19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。“十五五”时期，公司将以“二次创业、复兴燕京”为主基调，以“卓越、新质、数智、绿色、融合”为发展目标，推进管理体系、生产能力、数字化运营、绿色发展和产业生态全面升级，着力构建“一核两翼”业务布局，形成“啤酒+饮料+健康食品”协同增长的发展生态。燕京致力成为民族品牌坚守者，传承匠心酿造，传递民族自信；创新变革践行者，以创新适配市场，激活生长动能；品质生活倡导者，丰富品质产品，服务美好生活；全价值链构建者，构建完整价值生态，共创共生共赢。



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。

“有你文化”的内涵：客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想，包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度，唱响主旋律、弘扬正能量是“有你文化”的精神主线，有你有我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺。

燕京啤酒 有你文化

热爱有你 燕京有我

有你文化

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”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。

核心思想

客户至上的经营理念是“有你文化”的核心思想。

燕京啤酒要积极响应国家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，着力提高产品品质，积极创新细分品类，不断为客户创造价值。“有你文化”代表着燕京人对产品精益求精的目标追求，也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。

基本态度

包容并蓄的开放心态是“有你文化”的基本态度。

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断追求。“热爱有你”“奉献有你”“奋斗有你”“追梦有你”“幸福有你”“决战有你”……全案塑造符合燕京特色的、开放的、互动的、包容的“有你文化”系列。

精神主线

唱响主旋律弘扬正能量是“有你文化”的精神主线。

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，因为有你奉献、坚定和力量，燕京明天更美好！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”。

庄重承诺

有你有我是“有你文化”的责任使命和品质服务的庄重承诺。

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、不断向上的使命感和责任感，并且把这种精神和文化不断凝练升华成燕京人、燕京品牌、燕京文化的薪火相传。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。

融合目标

“你就是我、我就是你”是“有你文化”的融合目标。

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，燕京人之智，用众人之力，有你有我，攻必克战必胜，携手同行，不断向前，迈进你的新时代。

燕京啤酒有你文化

04



夯实 治理根基



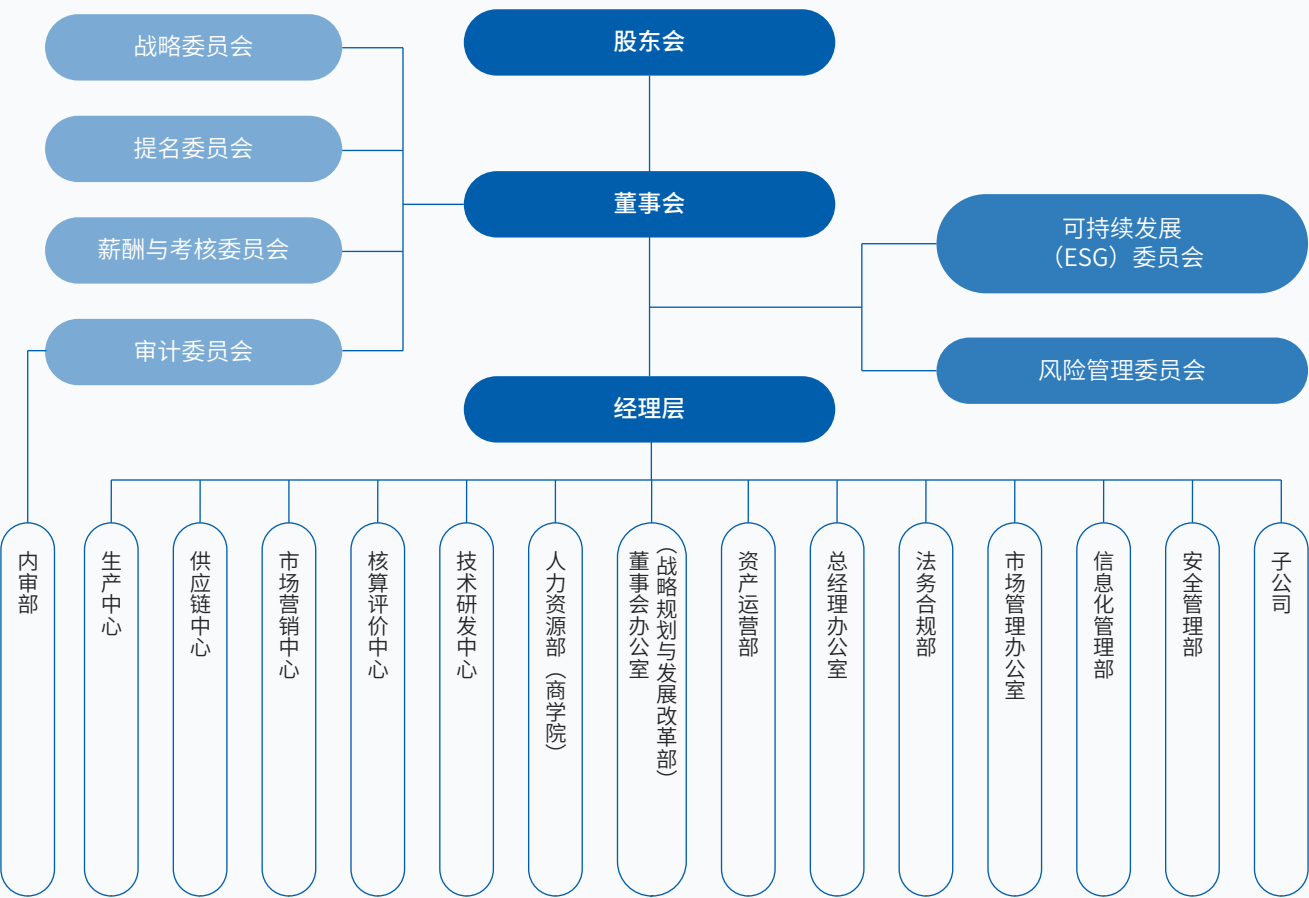
燕京啤酒坚持以高水平治理引领高质量发展，持续完善现代企业制度和可持续发展治理体系，加强规范运作与内控合规建设，践行诚信经营理念，不断提升治理效能，为企业长期稳健发展和可持续价值创造提供有力支撑。

优化公司治理

燕京啤酒致力于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。公司围绕组织架构、决策运行、团队建设、绿色合规等方面系统提升治理效能，健全权责清晰、协调高效的治理机制，提升治理能力和运营效率，统筹推进经营发展与绿色转型，夯实治理根基。

企业管治

完善的治理体系和规范的董事会运作是提升公司治理水平、保障科学决策的重要基础。燕京啤酒紧跟监管法规动态，健全董事会及管理层治理机制，提升董事会多元化与独立性水平，稳步推进公司治理的制度化进程。



公司治理架构

治理架构及机制

燕京啤酒依据《中华人民共和国公司法》等法规制度，持续健全以《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”的“1+M+N”制度体系，为董事会科学决策提供坚实的制度支撑。

股东会

- ◆ 公司最高权力机构，依法行使职权，赋予董事会经营决策权；
- ◆ 按照《股东会议事规则》《公司章程》等要求召开。

董事会及其专门委员会

- ◆ 董事会负责公司经营决策，下设战略、提名、薪酬与考核、审计等专门委员会，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可持续发展（ESG）委员会，负责公司的整体治理、监督和定期检讨；
- ◆ 各委员会分工明确、协同联动，为战略制定、人才选用、薪酬考核、风险防控及可持续发展提供专业支撑；
- ◆ 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。

经理层

- ◆ 统筹生产中心、供应链中心等职能部门，覆盖研发、生产、市场、人力等全运营流程，实现专业化分工与高效协同。

董事会和管理层设置

公司建立了规范透明的选拔与聘任机制，不断优化治理结构，并严格遵循任免程序。董事（不含职工董事）由董事会提名、股东会选举产生，职工董事由职工代表大会选举产生；总经理及其他高管由董事长提名，经董事会审议后聘任。

在董事及高级管理人员的提名与遴选过程中，公司充分听取股东及利益相关方的意见，综合考虑人员多样性、独立性和专业胜任能力，要求候选人完整填报相关声明及履历材料，独立董事候选人须经深圳证券交易所审核通过后，方提交董事会和股东会审议，确保选聘过程规范透明。

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。作为注册会计师签署过多家上市公司内控审计报告，同时任香港上市公司京能国际和远洋集团独立董事。
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	郭晓川现任上海大学管理学院教授、博士生导师，兼任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、海南椰岛、金河生物独立董事； 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2026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3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。为强化董事履职的勤勉度与责任意识，提升董事会运作的透明度和规范性，公司严格执行《董事会议事规则》相关规定。

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，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、变更董高等工作7次。完成战略、审计、薪酬与考核、提名、风险管理、可持续发展（ESG）委员会会议次数9次。

支持独立董事履职

燕京啤酒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》《独立董事年报工作制度》《独立董事专门会议工作制度》等相关制度，明确规定独立董事不得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，进一步规范独立董事履职流程与运行机制，确保公司治理结构的独立性和客观性。公司董事会人员设置为7人，其中包括4名独立董事，占比达到57.14%。

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。
保障独立董事职权	- 为充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有公司法和其他相关法律法规赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事行使独立聘请中介机构、向董事会提议召开临时股东会、对可能损害公司或者中小股东权益的事项发表独立意见等特别职权； - 公司保证独立董事享有与其他董事同等的知情权。

董事会多元化

燕京啤酒高度重视董事会多元化建设，着力构建背景多元、经验互补、视角广泛的决策团队。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，专业背景涵盖风险管理、财务、法律、工商管理等领域，具有丰富的行业经验和稳健的决策风格，能够保障公司决策的科学性、专业性与稳定性。

公司董事会及各委员会每年开展一次有效性自我评估，根据《董事会议事规则》《公司章程》等对成员的专业背景、性别多元化、任职年限、董事会及各委员会会议的出席与参与情况等开展评估，并对独立董事开展独立性评估。

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，持续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90人次，获得学分总计450学分，履职水平不断提升。

董事及高级管理层人员薪酬管理

公司建立差异化的董事及高级管理人员薪酬体系，薪酬结构包括基本年薪、激励年薪、福利性收入等，通过长效激励机制引导管理层聚焦企业长期价值创造，激励董事及高级管理层人员为公司创造长期价值。

薪酬与可持续发展绩效挂钩

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。

激励回拨与奖金收回机制

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。

薪酬话语权政策

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薪酬分配的决策权。

投资人权益保护

燕京啤酒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。

2026年上半年度目标	当前完成情况
• 投资者诉讼事件0件	• 0件，已达成
• 投资者交流活动中不出现重大信息泄露事故	• 0次，已达成

投资者关系管理

公司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，优化业务操作流程，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10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。

信息披露管理

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55条，保证公司信息披露的及时性和公平性。

投资者沟通管理

燕京啤酒始终将与投资者的双向互动置于重要位置。公司设置了专门的投资者沟通团队，搭建多元化投资者沟通渠道，积极通过公司网站、互动易平台、IR电话热线、传真、电子邮箱与线下调研等方式，常态化开展投资者互动交流，并按规定编制《投资者关系活动记录表》，全方位保障投资者沟通诉求顺畅落地。

报告期内，公司通过深交所互动易平台回答投资者问题64条，发布《投资者调研活动记录表》6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，切实保护投资者，特别是中小投资者的合法权益。2026年，燕京啤酒成功召开2025年度业绩说明会，就经营业绩、战略规划、治理举措等投资者普遍关注的事项进行了全面回应与深入交流。同时，积极筹备并推进投资者交流会等常态化沟通活动，强化与投资者之间的有效互动。



证券时报投资者关系管理天马奖

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”。燕京啤酒坚持将可持续发展理念深度融入整体发展战略，健全可持续发展战略规划与顶层设计，推动企业可持续发展工作从被动合规向主动引领转型升级，确保各项工作规范有序、有据可依，与各利益相关方携手共进、协同发展。

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，由董事会负责重大事项决策，公司可持续发展（ESG）委员会进行统筹推进，各议题主责部门专项落实，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。

 决策层 董事会	• 审议、批准公司可持续发展（ESG）战略、目标、重大议题、管理制度等 • 审议、批准公司可持续发展（ESG）规划与目标，并监督ESG战略的执行 • 定期审查可持续发展（ESG）治理结构和治理效果
 管理层 可持续发展 (ESG) 委员会	• 研究和制定本公司的可持续发展（ESG）战略规划、管理结构、制度、策略和实施细则等，确保公司可持续发展（ESG）政策持续执行和实施 • 研究公司近期、中期、长期发展战略，关注公司可持续发展（ESG）领域的有关风险，提出应对策略 • 督导公司可持续发展（ESG）政策及时跟进国家政策、法律法规等要求 • 定期审核公司可持续发展（ESG）目标达成情况 • 审核公司可持续发展报告 • 审议其他可持续发展（ESG）相关重大事项

案例

燕京啤酒2026年度分析师及投资者交流会顺利召开

2026年7月，燕京啤酒顺利举办2026年度分析师及投资者交流会，公司已连续四年举办资本市场年度沟通活动。本次会议汇集券商、基金、信托、媒体等82家机构及个人投资者参与，到场人数超百人。会上，公司针对机构关心的业绩可持续性、产品更新迭代、全国市场拓展等问题作出回应，客观展示企业经营变化与中长期发展规划，与投资者进行深入有效的交流。



燕京啤酒2026年度分析师及投资者交流会现场

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，宣传金融知识与投资者权益保护。报告期内，参加北京证监局开展的2026年“5.15投资者保护宣传日”活动以及2026年防范非法证券期货宣传月活动，开展2026年“3·15”投资者保护教育宣传专项活动，用实际行动践行上市公司主体责任，倡导理性投资文化，形成关心、关爱、关注投资者的良好氛围。



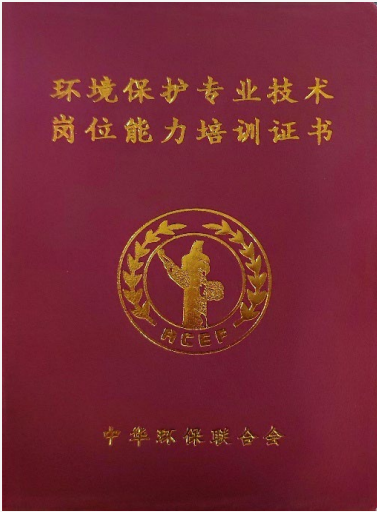
执行层
环境、社会、公司
治理小组

- 完善可持续发展（ESG）工作细则：负责制定和完善可持续发展（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
- 整理可持续发展（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，组织开展可持续发展（ESG）业务培训，跟踪可持续发展（ESG）政策要求及趋势
- 推动可持续发展（ESG）工作执行：组织并协调各单位按照公司可持续发展（ESG）战略和目标开展工作
- 反馈与改进：总结可持续发展（ESG）工作中的问题和成果，及时向可持续发展（ESG）委员会提供反馈，并提出改进建议
- 其他可持续发展（ESG）工作任务：承担与可持续发展（ESG）工作组相关的其他工作职责

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管理。燕京啤酒可持续发展（ESG）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，以及中华环保联合会颁发的环境保护专业技术岗位能力培训证书，同时具备ESG议题的统筹管理及环境风险隐患排查及处置岗位能力。



高级注册ESG分析师认证证书



环境保护专业技术岗位能力培训证书

可持续发展战略

立足“十四五”圆满收官与“十五五”布局起步的关键节点，在全球高度重视可持续发展的时代背景下，燕京啤酒在既有ESG战略基础上制定公司“十五五”可持续发展战略，将可持续发展理念深度融入企业顶层设计与全价值链运营，以“可持续发展”为牵引，致力于在企业高质量发展与环境、社会、治理等关键议题之间实现更均衡、更高效、更长期的协同促进。



燕京啤酒发展愿景：
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
- 数据安全与隐私保护

- 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









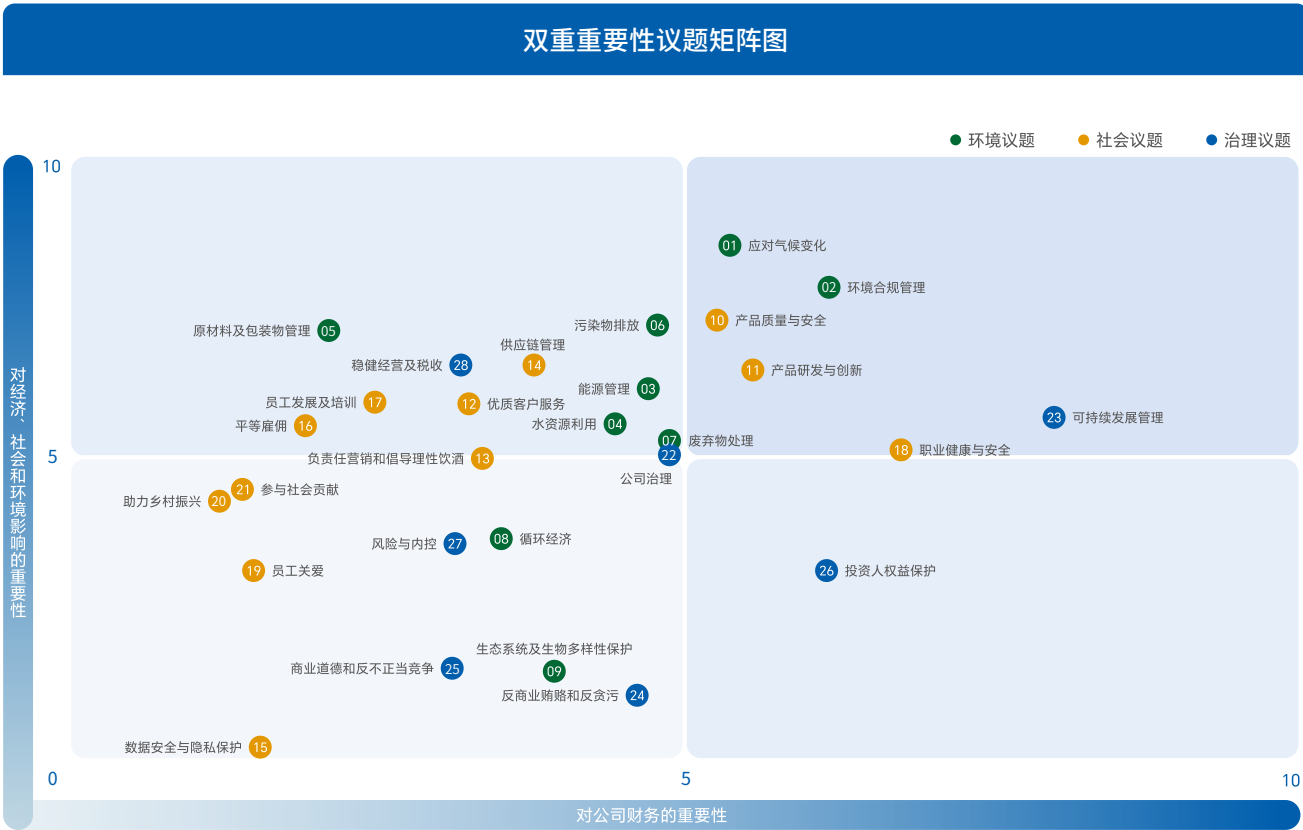


总体来看，在战略路径实施上，公司以“以卓越引领可持续未来”为愿景，以“为生活酿造美好 与世界和谐共生”为使命，围绕五大战略支柱全面布局。同时，公司主动对标联合国可持续发展目标（SDGs），将11项全球目标融入企业战略，全面落地ESG治理体系，梳理核心议题，将环境保护、社会责任、公司治理等方面指标纳入全部业务范畴，强化公司治理现代化体系建设。

重要性议题识别

燕京啤酒已开展企业重要性议题的识别，通过国际国内政策分析、对标可持续发展相关标准与规则等环节，结合优秀同业对标分析结果，梳理出28项重要性议题，并对这些议题的影响重要性和财务重要性开展评估。通过上述步骤，公司共识别出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。

目前，公司的可持续发展战略已全面覆盖所有识别的关键性议题。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对这些影响、风险和机遇的应对措施。更多关于重要性议题识别的详细信息，请参见《燕京啤酒2025年度可持续发展报告》“践行可持续发展”章节。



利益相关方沟通

燕京啤酒构建多维度、常态化的利益相关方沟通交互体系。公司采取线上线下相结合的方式，结合不同利益相关方的核心关切，灵活运用专题研讨、意见反馈、线上互动平台等多元渠道，精准对接各方期待，广泛吸纳意见建议。

利益相关方	重点关注议题	主要沟通渠道
 政府部门及监管机构	- 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 - 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	- 领导及主管部门视察 - 合规巡查及检查 - 论坛、会议及研讨会 - 日常政策宣贯与执行
 股东和投资者	- 公司治理 - 可持续发展管理 - 风险与内控 - 投资人权益保护 - 商业道德 - 产品研发与创新	- 股东会 - 投资者交流会 - 网上业绩说明会 - 深交所互动易问答 - 投资者热线 - 公司调研 - 电话咨询 - 电子邮件 - 定期报告及官网信息披露
 客户	- 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 - 生态系统及生物多样性保护	- 客户满意度调查 - 邮件与日常电话沟通 - 客户邮箱 - 回应客户投诉 - 客户拜访

利益相关方	重点关注议题	主要沟通渠道	
合作伙伴	- 产品质量与安全 - 供应链管理 - 反商业贿赂和反贪污 - 商业道德和反不正当竞争	- 现场审计 - 采购流程 - 绩效评估 - 与业务伙伴定期沟通（如电邮、会议）	
员工	- 平等雇佣 - 员工发展与培训 - 职业健康与安全 - 员工关爱	- 培训及入职培训 - 电子邮件及意见箱 - 定期会议 - 员工表现评估 - 员工活动	
社会及群众	- 污染物排放 - 废弃物处理 - 生态系统及生物多样性保护 - 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	- 社交媒体 - 慈善捐赠 - 志愿服务 - 社区活动

ESG文化培育

燕京啤酒注重ESG专业化能力体系构建，推动治理体系从“框架搭建”向“能力深化”进阶。公司构建“线上 + 线下”培训矩阵，线下组织高管及职能小组集中学习，强化履责能力；线上通过“燕京商学院”平台上线ESG专题课程，覆盖ESG概念、气候应对、信息披露等主题，同时，开展绿色出行倡议、碳管理主题赛等活动，推动“人人参与ESG”的文化渗透。

公司不断强化内部ESG共识，于2026年6月面向各部门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，提升内部相关核心人员的ESG认知。

关键绩效	单位	2026年上半年度
董事及高级管理人员ESG培训覆盖比例	%	100
董事及高级管理人员ESG培训开展次数	次	1
董事及高级管理人员ESG培训覆盖人次	人次	15

通过全链条ESG治理实践，公司实现了环境绩效、社会价值、治理能力与经济效益的系统性提升，并荣获多个奖项及评级认可。在自身实践基础之上，我们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。2025年，燕京啤酒参与3项团体标准《轻工业企业环境、社会及公司治理（ESG）第1部分：信息披露》《轻工业企业环境、社会及公司治理（ESG）第2部分：评价要求》《“零碳”食品评价通则》的制定，标准已于2026年3月公布。



标准类型	参与制定标准名称	标准制定意义
国家标准	GB/T 4927-2025《啤酒质量要求》	适配行业多元化发展，完善产品定义与分类、统一质量指标，既坚守啤酒麦芽本质属性，又为工坊啤酒等新兴品类提供合规依据，全面规范生产与市场，保障消费者权益。
	GB 32047-2025《啤酒单位产品能源消耗限额》	以强制性标准收紧能耗门槛、划分能耗等级，推动企业节能改造与技术升级，助力行业绿色低碳转型，支撑“双碳”目标实现。
	GB/T 7416.2-2025《啤酒原料质量要求 第2部分：啤酒麦芽》	细化啤酒麦芽分类与理化指标，补充检测方法，统一原料质量要求，从源头把控啤酒品质，支撑产品风味稳定与行业高质量发展。
行业标准	QB/T 5936-2024《啤酒工业绿色工厂评价要求》	填补啤酒行业绿色工厂评价空白，构建系统评价体系，引导企业从单一节能向高效、清洁、低碳、循环的系统绿色转型，提升行业整体绿色竞争力。
团体标准	T/CBJ 3306-2024《啤酒智能酿造与数字化生产管理要求》	明确啤酒行业数字化转型准则与智能制造成熟度评估方法，为企业数智化建设提供统一指引，加速生产管理智能化与效率提升。

标准类型	参与制定标准名称	标准制定意义
团体标准	T/CAS 1006-2025《温室气体产品碳足迹量化方法与要求 啤酒》	统一啤酒产品全生命周期碳足迹核算方法，实现碳排放精准计量与可比，助力企业定位减排环节、推动全产业链降碳，支撑绿色消费与国际绿色贸易。
	T/AIMC 015-2025《啤酒数字标签编码与标识规范》	作为我国首个啤酒数字标签专项规范，明确统一编码与标识规则，推动产业全链条信息透明化、管理智能化，为消费者提供便捷产品信息获取渠道。
	T/CIET 959-2024《酿酒高浓度废水资源化利用技术指南》	填补酿酒行业高浓度废水资源化利用的技术规范空白，为企业废水减量化、资源化和无害化处理提供技术指引，助力行业绿色低碳转型。
	T/CIET 1247-2025《酒糟渗滤液资源化利用技术指南》	规范酒糟渗滤液的资源化利用路径与技术要求，推动副产物高效循环利用，降低环境影响，提升酿酒行业资源综合利用水平。

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，以法律、合规、风险及内控“四位一体”管理体系建设为核心抓手，全面推进合规风控与法律支撑体系建设，聚焦价值创造与风险防控，持续优化工作流程，为公司稳健运营筑牢防线。

合法合规经营

诚信合规是企业生存和发展的基石，也是行稳致远的前提。燕京啤酒坚持依法治企、合规经营，健全合规管理体系与制度体系建设，深化合规文化建设与全员培训，为企业的稳健发展保驾护航。

合规管理体系建设

燕京啤酒始终将合规管理作为依法合规经营的重要保障，设立由总法律顾问/首席合规官领导、法务合规部牵头的合规团队，为合规管理工作的落地提供组织保障。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/T 35770-2022/ISO 37301:2021，成为国内啤酒行业首批通过该体系认证的企业。此外，每年通过定期内审、管评等方式对管理体系的运行情况进行评估。报告期内，公司已经完成管理体系的内审与管评工作，并已通过合规管理体系再认证审核。

合规制度体系建设与宣贯

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，确保内部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种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。

合规监督培训与审查

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和业务环节中。报告期内，公司先后完成生态环境法典专项培训、知识产权宣传周系列普法、民法典专项宣传



燕京啤酒参加由北京企业联合会和北京企业家协会联合主办的2026年北京市企业管理创新与社会责任交流会，并获得北京市企业管理现代化创新成果一等奖、二等奖及社会责任优秀案例



燕京啤酒“低碳酿造”路径实践荣获思盟企业社会责任促进中心颁发的气候行动议题最佳案例

新时代劳资关系处理培训、合规管理体系专项培训等重点培训活动，参与上级单位组织的合规风险管理专项培训，吸收行业先进管控经验，夯实全员合规履职意识。

此外，公司持续深化合规与反贿赂管理体系，细化各项合规与反贿赂要求。报告期内，完成股份公司“三重一大”审核411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。

风险管理

燕京啤酒持续健全风险治理体系，将风险管理融入经营管理全过程，严格落实法律法规及监管要求，完善风险预防、监测和应急处置机制，提升全员风险识别和合规管理能力，筑牢企业规范运营的风险防线。

风险管理体系建设

燕京啤酒按照“统一领导，分工负责，全员参与”的原则，建立全面的风险管理组织体系。



风险管控流程

公司将风险划分为战略、财务、市场、运营、法律合规五大类，通过建立风险数据库，形成“一级 - 二级 - 三级”层级化风险分类体系，健全风险识别、评估、应对、监督改进等全流程工作机制，完善重大风险事件报告、重大项目专项风险评估、风险指标管理等专项制度，并加强风险管理文化建设与培训。



公司不断完善风险责任传导、预警监测及数据更新机制，编制《风险防控工作计划》与《风险管理手册》，开展年度风险评估并建立动态监测体系，实现风险早发现、早预警、早处置，全面提升风险防范与控制水平，保障公司战略顺利实施、资产安全完整及经营管理高效合规。

风险文化建设

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7次，培训覆盖总部各职能部风险管理负责人及相关工作人员，参与人员达460人次左右，风险管理培训合格率持续保持100%。

内部控制

燕京啤酒构建以董事会为决策核心、审计委员会为监督枢纽、经营层为执行主体、各所属企业为落实单元的内控管理架构，形成决策、监督、执行、落实环环相扣的组织体系，确保内控工作权责清晰、层层推进。



报告期内，公司坚持以国家内部控制管理框架、PDCA循环、过程方法、内控制衡、风险管理及合法合规原则为遵循，系统推进内控体系建设，正式发布18份内控管理分册，公司“1+18+N”内控体系全面搭建完成，形成以1本管理手册为统领、18份分册为支撑、N项制度为配套的系统布局。公司内部控制治理架构得到升级完善、制度基础不断夯实。下一步，公司将强化制度执行刚性约束，持续释放内控管理效能，为公司稳健经营和高质量发展提供坚强制度保障。

坚守商业道德

燕京啤酒严格遵守商业道德，构建制度完善、管控闭环、监督有力的商业道德管理体系，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，提升全员职业道德水平，以实际行动坚守商业道德底线。

商业道德体系

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（试行）》《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》，内容包括全体员工及合作伙伴反贿赂与反贪污管理、举报与处理机制、举报人保护机制、商业道德审计与培训等，覆盖燕京啤酒及其下属公司所有董事、高级管理人员和全体员工（包括兼职员工），并鼓励公司所有合作伙伴（包括但不限于供应商、承包商、经销商等）遵循政策的行为标准。

商业道德审计

公司内审部门按照国家法律法规以及公司《内部审计章程》《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。报告期内，我们已对5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。公司已通过ISO 37001反贿赂管理体系监督审核，持续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

公司坚持廉洁采购、诚信合作的供应链管理理念，将商业道德与廉洁合规要求贯穿供应商全生命周期管理，不断完善供应商廉洁管理机制，携手合作伙伴共同营造公平、公正、诚信的商业环境。



政策层面

公司《反贿赂与反贪污政策》《合规与反贿赂管理手册》《反舞弊制度》已覆盖全体供应商与分包商，明确禁止串标、行贿、索取回扣、利益输送等各类违规行为，并要求合作方自身需制定适配的反贿赂制度、定期开展合规自查，确保运营符合法律法规及公司商业诚信准则。



准入层面

公司要求所有供应商参与招投标前必须签订《阳光承诺书》《廉洁协议书》，并在招投标环节严格审核投标人资质，保障评标委员会独立公正，按照既定标准评标，建立健全异议投诉处理机制，及时调查反馈、保障投标人合法权益。



执行层面

公司开展商业伙伴反腐败尽职调查，核实商业伙伴合法资质、反贿赂管理体系实施情况及贿赂相关不良记录，识别股东及高管与公职人员关联，按风险等级差异化实施调查，通过问卷、网络检索、政府资源核查、第三方咨询等方式收集信息，结合业务类型确定调查深度，形成尽职调查报告作为合作决策依据。



监督层面

各工厂供应商评价小组负责监督供应商对上述政策的执行情况，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核查。报告期内，公司通过第三方数据平台对生产物资供应商进行年度全量国央企供应商不良行为黑名单排查，排查覆盖率100%，排查结果为无国央企采购黑名单供应商。

公司在采购管理平台公布举报热线、网址和违纪投诉二维码，畅通监督渠道。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，供应商《阳光承诺书》《廉洁协议书》的签订率均达到100%。

廉洁文化建设

公司注重廉洁文化建设，着力营造诚信合规、廉洁自律的经营环境，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标准在内的培训与宣贯活动，倡导员工和合作伙伴提高廉洁从业意识。

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40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。公司通过微信公众号面向所有董事、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	2026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，面向员工、供应商及所有利益相关方公开举报热线、邮箱、邮寄地址等多元举报渠道，鼓励对违规违纪违法行为进行监督反馈，确保相关事件及时有效处理。公司举报实行分级处置，涉及中基层人员的举报按流程报总经理处理，涉及高管的举报直接报董事会，必要时可聘请外部机构协助调查。调查结束后向举报人反馈结果，对舞弊人员依规处分、涉嫌违法的移送司法，同时，优化涉事板块内控机制，补全管理漏洞。

公司已设立举报人保护机制，在《反贿赂与反贪污政策》《合规与反贿赂管理手册》《反舞弊制度》《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。

举报渠道

- ✉ 党群工作部：受理各类违规经营投资方面的投诉举报
- 📋 纪检部：受理党员及监察对象的问题线索
- 🔄 总经理办公室：承接12345热线的投诉举报
- ☎ 供应链中心 - 物流部：受理各类产品质量和公司内部员工的投诉举报，
举报热线：4000100566

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，严守商业行为准则，坚决抵制任何形式的垄断、不正当竞争、洗钱等违法违规行为。

公司设置以市场管理办公室为领导的反垄断与反不正当竞争管理机制。在业务拓展与市场运营中，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。此外，公司将商业道德行为准则要求延续到供应链管理环节中，制定出台《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，维护健康有序的市场经营秩序。

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。



践行 绿色发展



燕京啤酒始终践行绿色发展理念，严格遵守环境保护法律法规，健全环境管理体系，统筹推进气候行动、资源能源高效利用、污染防治和生态环境保护等重点工作，不断提升绿色低碳发展水平，为企业高质量可持续发展注入绿色动能。

强化环境合规管理

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，采用高效的酿造技术和节能设备，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，如电动卡车或铁路运输，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

燕京啤酒公司制定《环境保护管理制度》《可持续发展手册》等管理制度，定期跟踪识别环境法律法规及标准更新情况，及时组织宣贯与落实，推动环境管理要求融入日常运营全过程，为绿色低碳发展提供制度保障。

公司建立职责明确、协同高效的环境管理组织体系，各工厂设立环境委员会，统筹推进节能减排、清洁生产、资源循环利用及生态环境保护等工作。环境委员会实行三级管理机制，由工厂厂长担任组长，牵头统筹环境管理与重大事项决策；安全环保部经理担任副组长，部门负责协助组织实施与监督；环境管理相关专员、经理负责各项环保工作的日常落地与常态化推进落实，形成权责清晰、运转高效的环境管理组织体系和协同联动的环境治理机制。

为强化环境管理水平，公司建立常态化环境体系审计标准，每半年组织开展一次线上交叉审计，每年开展一次线下审计。审计内容涵盖法律法规遵循、许可证管理、设备设施台账管理、污染物监控、环境因素影响识别、应急管理 & 环境培训等多个维度，旨在系统评估环境管理体系运行的有效性，通过识别管理短板和改进机会，不断提升环境管理体系运行的有效性。

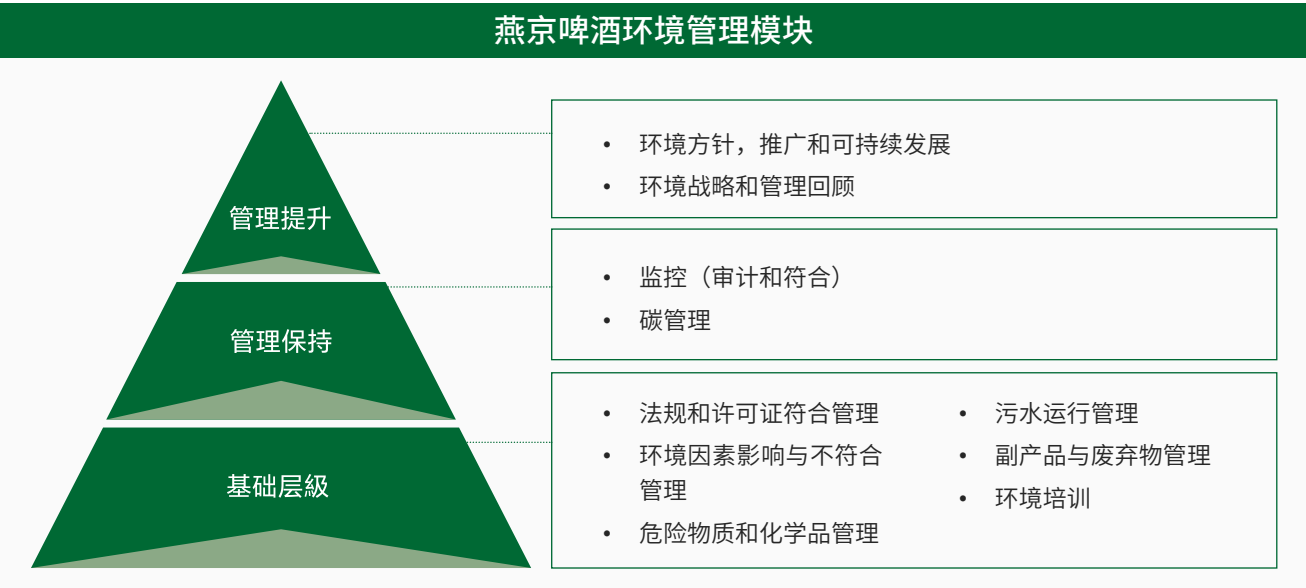
公司积极推进环境管理体系认证工作，提升环境管理规范化水平。截至报告期末，公司啤酒工厂中已有19家通过ISO 14001环境管理体系认证，认证覆盖率达到70%；同时，8家工厂已完成清洁生产认证，持续夯实绿色运营基础。

2026年上半年度目标

• 环境领域违法违规处罚事件0起

当前完成情况

已达成

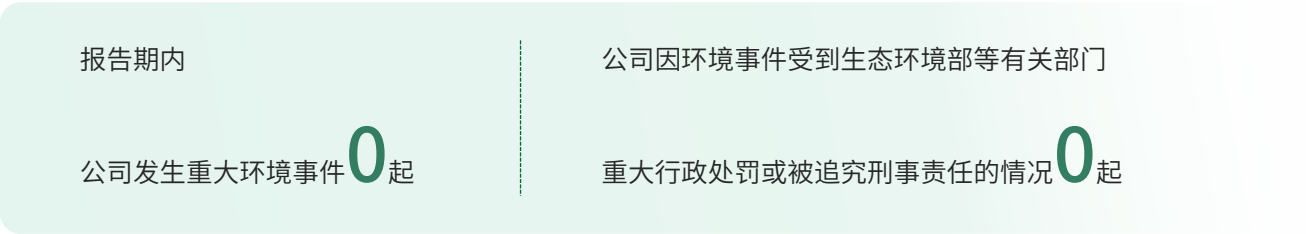


突发环境事件应急预案

燕京啤酒制定了详细的《突发环境事件应急预案》，明确污水超标排放、天然气泄漏等各类事故的应急响应流程、责任分工及应急资源调配方案，确保突发环境事件能够快速、高效处置，最大限度降低事故环境影响。

公司定期组织应急演练，常态化开展应急技能培训，帮助员工熟悉应急预案的操作流程，提升应急响应处置能力。培训内容覆盖污染物排放异常识别、初步应急处置措施等核心要点，确保全员在应急状态下能够迅速响应、规范处置。同时，公司提前制定事故后恢复与改进措施预案，明确污染物清理、环境设施修复、事故原因复盘、管理体系优化等全流程举措，严防同类事故重复发生。

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

燕京啤酒持续推进绿色制造体系建设，提升绿色制造管理水平，致力于打造高效、清洁、低碳、循环的绿色制造模式。公司以“用地集约化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化”为发展目标，通过优化生产布局、推广清洁生产技术、强化废弃物资源化利用以及提升能源利用效率，夯实绿色制造基础。

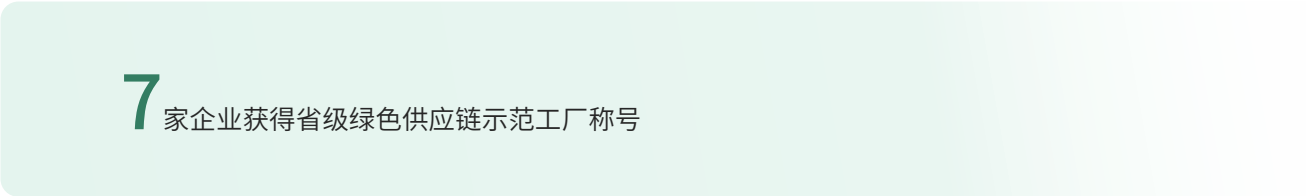
绿色工厂

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，下属多家子公司斩获绿色工厂认证。公司已有15家企业荣获国家级绿色示范工厂称号，3家企业获得省级绿色示范工厂称号，持续扩充绿色制造矩阵。



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。公司对旗下所有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7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：15 家

北京燕京啤酒股份有限公司总部	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
燕京啤酒（包头雪鹿）股份有限公司	四川燕京啤酒有限公司	北京燕京啤酒股份有限公司一分公司
福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司	燕京啤酒（呼和浩特）有限公司	燕京啤酒（玉林）有限公司
沈阳燕京啤酒有限公司	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	燕京啤酒（衡阳）有限公司	燕京啤酒（赤峰）有限责任公司

省级 绿色示范工厂：3 家

燕京啤酒（中京）有限责任公司	燕京啤酒（昆明）有限公司	广东燕京啤酒有限公司
----------------	--------------	------------

省级 绿色供应链示范工厂：7 家

燕京啤酒（贵州）有限公司	山西燕京啤酒有限公司	燕京啤酒内蒙古金川有限公司
燕京啤酒（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（桂林漓泉）股份有限公司		

应对气候变化

燕京啤酒密切关注全球气候变化可能对公司产生的影响，积极采取行动以应对这一全球性问题。为此，公司从治理、战略、影响、风险与机遇管理和指标与目标等四大关键维度，优化气候相关管理，通过系统化的气候风险与机遇的识别与分析，精准锁定气候相关风险与机遇点，制定相应应对举措及计划，提升公司的气候适应能力与韧性。

治理

燕京啤酒积极响应国家“双碳”目标，建立并持续完善《可持续发展（ESG）管理制度》，加强气候相关管理。公司已搭建“决策—管理—执行”三层管理架构，由董事会作为决策层，可持续发展（ESG）委员会作为管理层，环境小组、社会小组、治理小组作为执行层，各层级职责明确，为公司可持续发展提供坚实组织保障。

为保障公司治理架构职责有效执行，公司董事会及高层管理人员具备深厚行业背景、丰富管理经验及财务专业知识，公司董事会、可持续发展（ESG）委员会及各分项小组均具备气候变化议题的执行与监督能力。董事会每年定期听取气候相关工作进展，审查各气候目标的科学性与合理性；可持续发展（ESG）委员会每年向董事会汇报工作进度，并制定后续工作计划；各分项小组定期汇报气候相关数据，提升气候相关数据信息透明度。

报告期内，燕京啤酒共计开展了3次气候变化主题培训，培训覆盖总部及下属各成员单位ESG工作人员。

3次气候变化主题培训，培训覆盖总部及下属各成员单位ESG工作人员

战略

燕京啤酒结合业务特点和运营实际，持续识别与评估气候变化带来的风险与机遇，并通过开展气候情景分析，不断提升企业气候韧性。公司结合内外部发展环境，围绕啤酒生产工厂、酒瓶生产工厂及办公场所等关键资产，分析不同时间维度下气候变化的潜在影响，制定相应的风险应对措施和管理计划。同时，参考联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）和国际能源署（IEA）等国际主流气候情景，为风险管理和战略决策提供科学支撑。

影响、风险与机遇管理

燕京啤酒积极识别、评估并管理气候变化相关风险，将气候风险与机遇管理全面纳入公司整体风险管理体系，持续优化“风险识别—风险评估—风险优先排序—财务影响分析—风险应对”的全流程管理机制，增强公司气候风险应对能力。

减碳管理

燕京啤酒将气候变化的应对措施纳入日常运营，通过技术创新、管理优化等多维度举措，推动温室气体减排工作，致力于实现绿色低碳发展目标。

碳排放核算管理	- 公司持续完善碳排放核算管理体系，严格遵循国际与国内碳核算标准，不断优化统计口径与核算方法，确保碳排放数据的精准计量、分类统计与动态管理，为科学设定减排目标、评估减排成效及规范信息披露提供了坚实的数据支撑。 - 报告期内，赤峰工厂开展吨酒碳排放管理项目，积极识别并分析影响碳排放的相关因素，并制定相应整改行动。
温室气体回收利用	- 公司所有啤酒工厂已100%安装二氧化碳回收系统，对啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行回收，经净化处理后重新用于包装生产环节，有效减少了二氧化碳排放。 - 为进一步提升回收效能，公司推进设备升级与技术改造，累计投资4,446万元，完成15家工厂的二氧化碳回收设备改造，并推动17家工厂优化回收工艺。通过针对性技术改造，公司二氧化碳回收效率得到显著提升。包头工厂二氧化碳回收量提升156.68%，沈阳工厂提升109.46%。目前，已有6家工厂实现生产用液态二氧化碳“零采购”，累计减少二氧化碳采购量1.04万吨，有效降低了碳排放。 - 赤峰工厂、衡阳工厂、漓泉工厂、一分公司开展降低吨酒二氧化碳耗相关项目，将清酒罐气体排放端连接管道并入二氧化碳回收管道等举措减少二氧化碳采购量；贵州工厂、沈阳工厂、中京工厂持续开展温室气体回收利用相关项目，通过车间及设备改造等举措，提升温室气体回收利用量。 - 报告期内，啤酒生产企业共计回收二氧化碳1.04万吨用于啤酒生产。
沼气回收利用	公司积极推进沼气的收集、提纯与梯级利用，通过优化工艺和设备，沼气回收量同比提升93.5万立方米，相应减少碳排放848吨。

此外，公司也将供应链纳入气候变化管理范畴，与供应商建立了长期稳定的合作关系，协同推进供应链绿色低碳转型，通过开展节能减排项目、推广可持续农业实践、优化生产流程等举措，持续降低原材料与包装材料生产过程中的碳排放。同时，积极推动碳足迹数据共享、协同研发低碳农艺、投资清洁能源改造及优化绿色物流体系，将减碳目标全面融入从田间到酿造到包装的全环节。

案例

燕京啤酒开展绿色低碳主题宣传活动

2026年，燕京啤酒组织开展绿色低碳主题宣传活动。活动设置趣味转盘、知识问答等互动体验环节，集中展示公司在节能降碳、绿色包装、资源集约利用等领域的实践举措与工作成效，积极传播绿色发展理念，引导广大参与者争做企业绿色发展的“绿色投资人”。

产品碳足迹

燕京啤酒已对其核心产品U8系列开展碳足迹评估。以瓶装和听装U8系列产品为试点，基于2023年度数据，评估该产品在原材料获取、生产和分销等生命周期阶段的碳足迹，为单位产品节能降碳工作提供数据支撑。公司已将相关工作汇总编辑成《一瓶啤酒碳足迹白皮书》，并在2025年将燕京U8碳足迹核算范围拓展至7家工厂。

在价值链碳排放方面，公司已开展范围三温室气体排放核算，并已披露3个类别的范围三温室气体排放数据。未来，公司将结合产品碳足迹管理，逐步扩大碳足迹评估覆盖的产品范围，优化范围三排放核算边界，建立更加完整的产品全生命周期碳排放数据体系，以此推动建立上游价值链减排目标，公司正持续开展相关研究工作，完善产品碳足迹核算方法。我们期望逐步完成更多产品的碳足迹测算，最终覆盖至所有产品，更好地呈现公司在可持续发展道路上的每一步。



燕京啤酒8°P 500ml瓶、听装产品碳足迹核查证书

指标和目标

气候相关指标与目标是公司推进气候治理、落实低碳发展的重要抓手，燕京啤酒已设定气候相关绩效指标与目标，为公司应对气候变化提供明确指引。

● 应对气候变化相关绩效指标

应对气候变化行动指标：范围1二氧化碳排放总量（绝对值）、范围2二氧化碳排放总量（绝对值）

● 应对气候变化相关目标（啤酒企业）

- ✓ 2025年目标：二氧化碳排放量57.1万吨，其中，范围1排放208,776吨，范围2排放269,511吨。该目标已如期完成。
- ✓ 2026年上半年度目标：二氧化碳排放量目标19.7万吨，实际二氧化碳排放量16.5万吨。该目标已如期完成。
- ✓ 2030年目标：啤酒生产企业综合单位产品综合能耗降幅28%、吨酒碳排放量降幅20%（基准年：2025年）。

公司已在《燕京啤酒2025年度可持续发展报告》中进一步披露气候变化相关内容，更多详细信息请参见该报告“应对气候变化”章节。

资源能源高效利用

燕京啤酒坚持高效利用，制定《能源节约管理制度》，系统规范能源、水资源、包装材料及原材料等关键资源的使用与日常管理，不断提升资源利用效率。结合啤酒生产工艺特点和运营实际，公司制定了涵盖水、电、蒸汽消耗及碳排放等方面的三年规划目标，强化资源节约与降碳协同管理，提升绿色运营水平。

能源管理

燕京啤酒秉持“绿色发展、节能减排”的理念，严格遵循《中华人民共和国节约能源法》《能源管理体系要求》（GB/T 23331—2012）及《能源管理体系实施指南》（GB/T 29456—2012）等相关法律法规。公司及各分子公司已建立完善的能源管理制度和运行标准，持续优化能源管理体系，并通过分析年度能耗数据识别能源结构改进方向，致力于稳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，密切监控动力、酿造、包装等核心能耗环节，及时跟踪和分析各项能源数据。为有效降低生产运营阶段的能源消耗，公司旗下所有啤酒生产工厂均采取一系列节能设备改造与技术升级措施，推动节能降碳：

节能设备改造	变 工 况 设 备 变 频 节 电	在制冷机、空压机、蒸发冷减速机等变工况设备上加装变频器，使其能在负荷较低时降低电机频率，同时持续开展高耗能设备替换工作，减少设备能耗。
	工厂锅炉压力控制	工厂锅炉按生产工况设置不同压力参数，利用压力控制实现锅炉按需启停，减少空转待机时间，进一步降低锅炉能耗。
	省煤器安装	加装省煤器装置，吸收低温烟气热量，降低排烟温度与热量损失，从而节省天然气消耗，减少天然气燃烧过程产生的二氧化碳排放。

节能设备改造	天然气锅炉改造	将沼气锅炉、生物质燃料锅炉和燃煤锅炉全面改造为天然气锅炉，同时强化沼气回收利用，优化能源结构，在降低运营成本的同时提升生产过程环境友好性。
	电力系统优化	推进配电系统升级与照明管控，北京工厂通过系统优化节电13,303.31兆瓦时，赤峰工厂应用太阳能灯替换传统路灯，减少常规电网电力使用，提升电力利用效率。
节能技术升级	采用新型节能煮沸技术	酿造部门应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；同时通过采用冷法制取酿造脱氧水、工艺排班次数优化等措施，减少能源消耗。
	加强热能回收	重点推进煮沸锅二次蒸汽、冷凝水余热、中水余热等点位的余热回收，用于工艺流程中的加热环节，减少蒸汽消耗，沈阳工厂年节约蒸汽可达9,011吨。
	保温与热损失控制	推进管道设备保温优化，北京工厂、昆明工厂全面修复异常管道保温层，昆明工厂采用防水胶带密封保温材料，并建立保温点检标准，有效减少热力损耗，降低蒸汽补充需求。

报告期内，燕京啤酒在节能方面累计投入1,217万元。通过各项节能减排措施，减少范围一温室气体排放约9,380吨、范围二温室气体排放约15,000吨。各工厂围绕电力、蒸汽利用及能源结构优化等重点领域，系统推进节能技术改造，不断提升能源利用效率，取得显著成效：

● 电力降碳方面

各工厂通过使用绿电和节能技改降低电力消耗，减少碳排放约**5,400**吨。

● 蒸汽降碳方面

各工厂广泛开展余热回收，推进工艺优化和管道保温改造，减少碳排放约**5,500**吨。

● 能源结构优化方面

广东燕京使用外购垃圾焚烧蒸汽，减少碳排放约**1,130**吨；玉林工厂使用外购生物质蒸汽，减少碳排放约**590**吨。

燕京啤酒正在搭建能源管理系统（EMS），逐步实现50%工厂的能源数据自动采集。系统可通过生成KPI及PI报表，精准分析各工厂能源消耗与差距情况，为节能优化和管理决策提供数据支撑。此外，公司积极推进高耗能低效能设备的迭代更新，2026年计划完成10%的设备更新，进一步提升生产环节的能源效率。

可再生能源代替

燕京啤酒持续加强可再生能源的布局和应用，积极推动能源结构绿色转型，致力于降低对化石能源的依赖和碳排放强度。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等工作，多项举措齐落地，从能源使用的源头减少化石燃料的消耗，推动了生产环节的绿色变革。

报告期内，集团顺利完成3家工厂的分布式光伏项目布局，总装机容量达12.6兆瓦。目前，燕京啤酒新能源组已建成分布式光伏项目38.8MWp，全年预计发电量3,880万度，持续巩固绿色电力在能源结构中的比重，为公司的绿色低碳转型提供有力支撑。



物流运输环节节能降碳

燕京啤酒将碳减排举措贯穿至物流运输全过程，通过优化运输网络、增加新能源车辆使用、提升运输装卸效率、加强托盘全生命周期管理、推进物流数字化建设等方式，降低运输环节能源消耗和碳排放，协同产业链合作伙伴打造绿色低碳的物流体系。

优化运输网络

依托智能物流系统优化物流网络布局 and 运输路线，合理提升干线物流发运比例，减少运输里程和车辆空驶率，降低运输环节的能源消耗和碳排放。

增加新能源车辆使用

积极推动环保车辆替代传统燃油车辆，优先使用新能源车辆进行物料运输，推进运输车辆“油改电”，有效降低尾气排放。

提升运输装载效率

优化产品码垛标准，提高车辆装载率，减少运输车次；核心工厂同步实施设备升级改造，进一步提升运输效率，从源头降低物流环节碳排放。

加强托盘全生命周期管理

对托盘使用、回收及循环利用实施精细化管理，探索托盘租赁模式，缓解旺季短缺、淡季闲置问题；完善集团托盘调拨机制，探索托盘租赁业务，缓解旺季短缺、淡季闲置问题，减少资源浪费，间接降低托盘生产与处置过程中的碳排放。

推进物流数字化建设

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。该系统已在河北、四川、沈阳、金川等11家工厂成功运行，下半年计划进一步覆盖衡阳、福鼎、抚州、江西等多个生产基地。

案例

托盘与瓶盖捆绑运输项目

燕京啤酒通过优化包装与运输方式，探索节能降碳路径。原瓶盖供应商采用木托盘运输，存在不可回收、成本高的问题。公司进行托盘与瓶盖捆绑运输项目，将其切换至燕京标准化循环托盘。项目设立瓶盖与托盘供应商距离不超过300公里、单厂瓶盖年需求量不低于5,000万只等实施条件，以此筛选合适供应商，有效减少了空载运输与包装浪费，降低物流成本与碳排放。目前，该项目已在北京、赤峰、包头、衡阳、沈阳等多地工厂启动。

供应链节能降碳

燕京啤酒积极携手供应商推进绿色低碳转型。在供应商准入与合作过程中，公司优先选择符合绿色低碳标准的合作伙伴，鼓励供应商推进光伏发电、储能项目、绿色电力及绿色蒸汽应用、节能电机替代低能效电机等减碳实践，协同提升供应链绿色低碳发展水平。

优选可持续认证原材料

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

支持节水灌溉、保护性耕作、精准施肥等低碳农业实践，降低原材料种植环节的碳排放，同时提升土壤固碳能力。目前，公司的可持续农业计划已覆盖公司核心产品。

绿色采购策略

推行绿色采购策略，在保障供应稳定和产品质量的前提下，优先选择本地供应商，缩短运输距离，降低运输环节的能源消耗与碳排放。

数字化转型赋能

推进供应链数字化建设，将数字化技术应用于订单需求预测、物料精准匹配、排产计划优化、生产执行监控、物流配送管理等关键环节，提升供应链协同效率和资源配置水平，通过路线优化与智能调度，减少库存积压与资源浪费，降低物流成本及能源消耗。

配送中心/门店运营节能降碳

“燕京社区酒號”作为燕京啤酒公司原浆品类产品销售推广项目，坚持绿色发展战略，由分子公司、经销商对门店产品销售及日常门店经营进行管理，由总部对项目发展进行运营赋能，通过对门店标准化发展支持，不断提升项目影响力，目前已成为燕京啤酒全国性战略发展项目。公司在“燕京社区酒號”的建设和运营过程中，全面贯彻节能减排理念，力求实现绿色运营目标。

门店建设阶段的节能措施

- ◆ **照明系统：**在全国招商过程中倡导新建设门店在装修时对照明系统进行优化，门店可使用LED光源，在提高照明效果的同时，大幅降低能耗和光污染。

门店运营阶段的节能措施

- ◆ **制冷设备管理：**倡导门店使用节能环保型冰箱和冰柜，配备温度自动调节系统，确保高效制冷的同时减少能源浪费。
- ◆ **行为规范：**倡导门店进行能效管理，要求在每日营业结束前关闭所有非必要设备，有效减少夜间设备空转能耗及安全隐患。

门店配送阶段的节能措施

- ◆ **新能源车辆使用：**在配送阶段积极推动新能源车辆使用，减少配送环节的碳排放。

可持续用水

燕京啤酒严格落实《中华人民共和国水法》及各地水资源管理法规，积极践行国家节水型社会建设的倡导，严守水资源合规使用底线，切实保障水资源的合规使用。

公司坚持“源头控制、过程削减、末端治理、循环利用”的原则，通过对酿造各环节实施精细化用水管理，持续降低单位产品耗水量。在设定公司整体水耗目标的基础上，结合五年发展规划与年度经营计划，公司为旗下所有啤酒生产工厂分别制定了个性化水耗五年规划目标，全面推动节水目标的稳步实现。

水资源管理架构

燕京啤酒高度重视水资源管理工作，建立了完善、高效的水资源管理组织架构，为节水工作有序推进提供坚实组织保障。公司明确生产中心总经理作为水资源管理直接责任人，全面统筹协调各生产工厂水资源规划、管控、优化等各项工作，直接向公司董事长汇报水资源管理整体情况、工作推进成效及存在的重点问题，确保水资源管理工作上下贯通、权责清晰、指令畅通。

水资源风险评估与应对

燕京啤酒持续完善水资源全生命周期管理体系。在水资源战略规划层面，将水源地地理位置、水资源本地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。公司每年开展水风险评估，对所有运营点的物理风险（如干旱、洪涝）、监管风险（如水价政策、排污标准）及声誉风险（如社区关系）进行系统识别与评估，制定针对性的风险应对措施。

公司将水资源条件作为工厂选址的重要决策因素，结合3-5年中期规划开展前瞻性评估，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。公司未识别出由极端气候或降水匮乏导致的重大供应风险。

在水质安全管理方面，公司建立《最低取样计划》，严格执行《生活饮用水卫生标准》（GB 5749-2022）及《地表水环境质量标准》（GB 3838-2002）等国家标准，采用第三方检测与自主监测相结合的方式，对水源水、市政供水、河流水体及重点排污口下游等关键区域开展监测，保障啤酒生产用水质量安全。集团下属企业已完成全部水源水三方外检，所有检测结果均符合国家标准要求。

在水环境风险监测方面，公司遵循“代表性、连续性、规范性、经济性”原则，建立常态化环境监测和应急响应机制，对重点区域持续开展水环境监测，制定突发水污染事件应急监测预案，规范事件发生时的报告、响应流程与时间要求，确保及时识别和有效应对水环境风险，保障周边水环境安全。

减少水资源消耗

公司啤酒企业积极探索减少水资源消耗的最佳实践。公司对啤酒制造流程中发现的水资源使用机会点开展专项攻关项目，持续跟踪项目效果，每年梳理最佳节水实践，并将相关节水措施固化推广至旗下全部啤酒工厂，提升整体用水效率。同时，坚持以技术创新赋能节水工作，将新技术深度融入节水实践探索，推动水资源高效利用。

公司借助WRI（World Resources Institute）开发的Aqueduct Water Risk Atlas工具对啤酒企业所有运营点进行水风险评估，将旗下全部工厂划分为五个风险等级。其中，13家工厂因位于缺水地区且用水强度高，被评定为“非常高”水压力等级；4家工厂因季节性缺水及用水效率有待提升，被评定为“高”水压力等级。

针对不同风险级别的地区，公司制定了差异化的水资源管理和节水策略，水资源管理和节水举措覆盖全部运营场所和生产工艺主要用水环节：



- 在水压力“非常高”地区，聚焦深度减量与水源替代，推进反渗透系统扩容、浓水/冷凝水回用及高耗水环节全流程水循环闭环改造，同步开展管网地上化与设备本质节水升级；
- 在“高”及“中高”风险地区，以工艺优化与精细管理为核心，普遍实施洗瓶机喷淋孔径缩小、生产用水替代及制水效率提升等技改，强化局部回用与清洗程序优化；
- 在“低—中等”及“低”风险地区，侧重效率巩固与预防性维护，通过低成本微改造、辅助系统节水挖潜及设施定期检修，挖掘节水潜力，严防隐性浪费，系统提升全链条的水资源利用效率与运营韧性。

报告期内，公司针对水压力地区实施专项节水攻坚行动，聚焦华北、西北等水资源禀赋较差区

域，累计投入专项资金**575.21**万元，实施**37**项重点节水工程，预计年节水量

可达**40**万立方米

燕京啤酒部分节水工作

用水效率提升工程——制水环节深度优化

为解决高水压力地区制水效率瓶颈，对6家工厂的净水系统进行升级改造。通过更换核心过滤材料、回收清洗废水等方式，减少制水过程中的原水浪费。其中，燕京呼市新增大型净水机组，一分公司实施砂滤罐清洗水循环利用，预计整体产水率提升3%—5%，年节水量可达15万—20万立方米。

废水循环利用工程——全流程闭环利用

在酿造至包装全流程实施12项废水回收工程，将原本排放的清洗水、冷凝水收集处理后重新用于生产。其中，北京工厂回收洗瓶机喷淋水，福建惠泉优化喷淋孔径并复用回收水，燕京中京建设发酵用水回收系统，桂林漓泉回收煮沸锅蒸汽冷凝水。该类工程预计年节水量可达80万—120万立方米。

管网优化与泄漏控制工程——漏损精准治理

针对高水压力地区地下管网老化、渗漏难排查的问题，实施4项管网地上化改造与精准堵漏工程。将地埋管道改为明管铺设，同步加装计量与监测设备，实现漏点快速定位与修复。其中，包头雪鹿投入81.93万元完成一次水管网地上化改造，配套阀门、水表、流量计全覆盖；北京工厂推进车间管路明管化，预计降低管网漏损率50%，年节水量可达10万—15万立方米。

设备升级与工艺优化工程——能效持续提升

实施5项高耗水设备节能改造工程，通过替换节水型部件、优化冷却与润滑系统，从源头减少设备运行用水。其中，一分公司投入160余万元改造真空泵冷却水循环系统，燕京金川采用冷媒替代传统水冷控温，燕京玉林实现离心机冷却水循环利用，预计年节水量可达15万—20万立方米。

燕京啤酒着力推进水资源循环使用。一方面，公司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，报告期内，公司水循环率达69.15%。

公司正在积极推进替代性水源的开发与利用，通过多元化取水结构优化水资源配置，有效回应运营所在地的水压力挑战。截至报告期末，公司旗下生产工厂已形成以地表水为主、地下水补充、再生水探索的多元化取水结构，有效提升水资源供应韧性与可持续性。



2026年上半年，
公司水循环率达

69.15%

水资源管理目标与进展

公司建立了覆盖全集团的水资源目标管理体系，每年制定《水耗目标设定与下达》文件，设定并逐年更新水资源管理目标，同时，结合各工厂实际情况设定挑战性目标。各生产工厂对目标进行拆解，积极落实节水措施。经过持续改进，公司在水资源管理方面的目标完成率逐年提升，实际水耗水平持续优于目标值。

建立全面的目标体系

我们的水资源目标管理体系覆盖旗下全部啤酒生产工厂。公司以单位产品耗水量（千升水/千升酒）作为核心管理指标，覆盖酿造、包装、动力等全部生产环节，实行2026—2030年滚动目标管理机制，按年度制定和更新目标，并持续跟踪目标完成情况，通过完善用水数据统计口径，不断提升水资源管理的数据质量，为目标管理提供支撑。

追踪目标进展与完成情况

本年度，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，结合工厂实际情况及五年发展规划，对“三步走”水耗管控战略目标进行修订。

2025年	2026年	2027年
单位产品耗水量较基准年下降约9.74%，降至3.43千升水/千升酒。该目标已如期达成。	单位产品耗水量较基准年下降约15%，降至3.23千升水/千升酒。报告期内，集团水资源管控工作按计划稳步推进，单位产品耗水量已降至3.19千升水/千升酒。	单位产品耗水量较基准年下降约20.26%，降至3.03千升水/千升酒。公司将持续优化水资源管理策略，保障目标如期达成。

此外，我们已在《燕京啤酒2025年度可持续发展报告》中披露2025年水相关的关键绩效指标：

关键绩效指标	单位	2025年
总耗水量（按取水量减排水量计）	吨	2,024,106.03
耗水强度（按取水量减排水量计）（单位营业收入）	吨/万元人民币	1.32
总取水量	吨	13,220,495.50
总排水量	吨	11,196,389.47
循环用水总量	吨	28,580,137.56
水资源节约总量	吨	1,392,985.84

提升目标数据可靠性

为进一步提升数据质量，公司持续推进水平衡测试和第三方验证工作。目前，燕京中京工厂、包头雪鹿工厂、燕京昆明工厂已完成专业第三方水平衡测试；多家工厂正在开展或计划开展水平衡评估；未来将逐步扩大第三方验证覆盖范围，提升目标数据的准确性和可靠性。

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。

公司制定了明确的“绿色包装目标”，以提升包材回收利用率：

回瓶率目标	玻璃瓶是公司产品的主要包装之一。2025年，公司将回瓶率（指在一定时期内，公司回收的啤酒瓶数量占同期投放市场的啤酒瓶总数的比例）目标设定为79.96%，围绕该目标，重点推进体系搭建与玻瓶精细化管理两大核心工作，最终实现回瓶率80.53%；2026年，公司将全年回瓶率目标设定为81.61%，其中上半年度回瓶率目标为71.22%。报告期内，公司上涨500ml规格绿瓶押金价格，有效促进回瓶率的提升，同时，强化对经销商和瓶商的考核及奖惩激励，上半年度实际完成回瓶率72.84%，阶段性目标超额完成。目前，公司所有工厂生产的瓶装啤酒均被纳入回收计划。展望“十五五”阶段，公司计划将回瓶率提升至83%。
包装物中回收材料含量的目标	公司已设立长期目标，确保所有产品的包装材料中可回收物料占比逐步提高。可回收包装包括玻璃瓶、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，轻量瓶包装重量较传统普通瓶降低约30%，成功降低了玻璃瓶包装的重量，减少了原材料的使用。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，合计采购入库量约4,799万只，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，共计节约克重约2,567吨。



增强包材可回收性：

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。



瓶身标识助力消费端减废：

燕京啤酒在所有销售区域统一实施啤酒瓶标识管理，通过标准化标识引导消费者准确识别可回收包装，提升包装回收便利性。公司所有啤酒瓶均在瓶底以上20毫米范围内标注专有标记“B”，明确其为啤酒专用瓶，并附带生产企业标记及生产年份、季度等信息，便于追溯与管理。其中，标注“NR”标识的为啤酒专用一次性瓶（不可回收），而未标注“NR”的则为啤酒专用可回收瓶。统一的标识体系进一步规范了啤酒瓶分类回收和循环利用，推动消费端减废举措的落地实施。



未标注“NR”的啤酒专用可回收瓶



标注“NR”的啤酒专用一次性瓶

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

202 CDL盖——燕京啤酒耐压提升与铝材减量的双赢实践

燕京啤酒积极推进包装轻量化创新，引入202 CDL盖替代传统B64盖（啤酒罐专用适配640mL规格的标准化铝质易拉盖），在提升包装性能的同时实现铝材减量。通过优化盖型结构，CDL盖的平均耐压值有所提升，品质保障显著增强。CDL盖采用更薄的铝材厚度与更小的落料尺寸，在保障产品质量的前提下，单只减薄盖较普通盖克重降低10%，实现包装减量与资源节约，为产品绿色设计提供了有益实践。

案例

燕京啤酒在特殊区域、特殊渠道推广使用轻量瓶

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135.69万只该类型瓶，减少了8.63万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409.44万只轻量瓶，较同期增长302万支，减少了18.75万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。同时，制定《燕京啤酒回瓶分级判定标准》《燕京啤酒玻瓶管理制度》等内部制度，对玻瓶回收、流转、清洗、报废等全过程进行规范化管理。

公司构建了以经销商回收为主、专业瓶商回收为辅的玻瓶回收模式，持续优化全域回收网络，完善回收渠道建设，优化瓶源分级管理及回收考核机制，提升玻瓶回收效率和循环利用水平。目前，公司可回收玻璃瓶回收计划已覆盖玻璃瓶包装产品的所有销售区域；回收产品类型可为可回收玻璃瓶，包装物材质为玻璃类产品；回收范围覆盖全部燕京可回收产品销售区域，实现包装物回收全过程可追溯管理。

● 瓶源分级与宣传推广

公司建立统一的瓶源分级标准，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《燕京啤酒回瓶分级判定海报》，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，推动各工厂实现玻瓶从回收、验收到清洗使用全流程分级管控。2026年，公司同步优化回瓶方式，禁止麻包回瓶。自2026年5月起，集团麻包回瓶实现全部清零，回瓶合规率达100%，回收瓶整体品质大幅改善。

● 清洗与循环利用优化

基于瓶源分级标准，公司实施差异化清洗管理。一、二级瓶优化清洗流程，在保证清洗效果的同时减少水、蒸汽及清洗剂使用；三级瓶实施强化清洗；四级瓶不予回收。同时，推进三级瓶预洗管理，进一步降低洗瓶能耗和生产线运行压力，减少因瓶源问题导致的产品质量风险与脏酒投诉，持续提升资源利用效率。

● 回收管理与绩效考核

2026年，公司建立回瓶考核机制，将回瓶率目标纳入各企业年度绩效考核，并由企业负责人签署目标责任书。通过按月分析各分公司的回瓶数据，识别重点改善区域，并对回瓶率较低的市场实施重点监督。公司联合市场部门和工厂回收人员深入市场开展专项提升行动，针对不同区域制定差异化改善措施，提升回瓶率和包装物循环利用水平，有效减少了新瓶的采购成本。

案例

闭环管理提升玻璃瓶回收率

针对玻璃瓶回收率偏低问题，燕京啤酒构建了“市场走访→专项调研→成果输出”的闭环管理路径，每月对回瓶率异常区域进行专题调研，协助销售大区查找原因并制定措施。报告期内，公司共开展回瓶率专项调研行动12次，涉及11家生产工厂，实地走访27余个市场，深入拜访经销商和回瓶站点62余个，形成专项调研报告9份，并编制推广《玻瓶管理操作手册》，推动优秀经验在各工厂复制应用。公司进一步提升了玻璃瓶回收效率和循环利用水平，促进包装资源循环利用。



规范污废排放

燕京啤酒严格遵循《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，全面管控生产运营全过程产生的污染物与废弃物，全力降低生产经营对生态环境的影响，构建绿色低碳、合规高效的生产运营模式。

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，建立《污染防治责任制度》，持续完善污染物排放管理体系。公司制定详细的污染物排放监测计划，针对废气、废水等主要污染物明确监测点位、监测频次及监测要求，持续加强污染物排放全过程管理，确保各项污染物稳定达标排放。

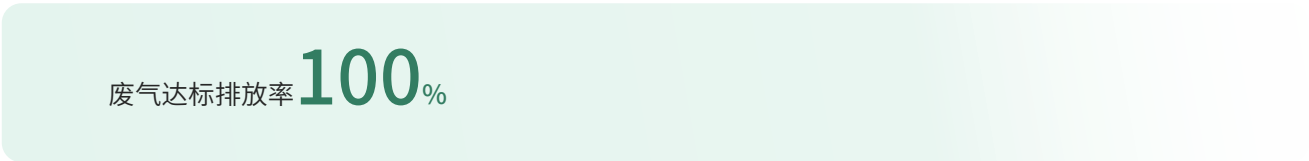
公司建立常态化污染物排放内部评估机制，依托数据分析及时识别潜在环境风险，并落实针对性管控措施。公司采取以预防为主的策略，搭建污染物排放实时监控体系与全方位预警机制，确保所有排放始终符合环境要求。例如，涉及废气排放的企业，定期请第三方手工取样检测，或者在烟囱等排气口安装连续排放监测系统（CEMS），实时监测废气中的污染物浓度，并将数据传输给环保部门，确保100%达标排放。报告期内，公司未发生因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任的情况。

为应对可能发生的污染物排放事故，公司制定了详细的应急预案。预案内容包括各污水超标排放、天然气泄漏等各类事故的应急响应流程、责任分工及应急资源调配方案，确保突发环境事件能够快速、高效处置，最大限度降低事故环境影响。同时，公司定期组织环境应急演练和专项培训，持续提升员工环境风险识别和应急处置能力，确保突发环境事件能够得到快速、规范、有效处置。

此外，公司建立事故复盘与持续改进机制，对突发环境事件开展原因分析，及时落实污染物清理、设施修复及管理优化等整改措施，不断提升环境风险防控能力。

废气处理

燕京啤酒对废气排放实施高标准管控，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。

案例

四川燕京燃气锅炉低氮改造项目

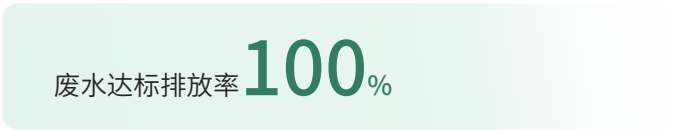
为进一步减少大气污染物排放，四川燕京于2026年1月对厂区燃气锅炉实施系统性升级，通过更换低氮锅炉、升级低氮燃烧机等措施，优化锅炉燃烧效率，从源头减少氮氧化物产生。改造后，锅炉氮氧化物排放浓度下降75%，有效提升了废气污染防治水平。



燃气锅炉低氮改造项目

废水处理

燕京啤酒对生产废水实施全流程严格管控，依据制定的《污水排放控制标准》设定污水处理指标，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。

● 沈阳工厂洗瓶喷淋水回收再利用

2026年，沈阳工厂实施洗瓶机末端喷淋水回收再利用方案，通过制作接水槽、储存罐及过滤系统，将洗瓶机最后的无菌喷淋水回用于杀菌机及润滑液补水，实现生产废水资源化利用。项目实施后，实现单班回收60吨，洗瓶机吨酒耗水由0.66吨降至0.50吨，杀菌机补水达到零水耗，有效降低生产用水成本，减少废水排放。

● 广东燕京蒸汽冷凝水回收使用

为提高水资源循环利用效率，广东燕京实施蒸汽冷凝水回收利用项目，通过将外购蒸汽产生的高温冷凝水换热后，高温段用于供应包装、酿造等生产环节，低温段用于二线洗瓶、空压循环水、制冷冷凝器等，实现冷凝水100%回收利用。项目预计全年可回收冷凝水16,898立方米、供应65度酿造水12,425立方米，有效降低生产用水和蒸汽消耗。



废弃物处理

燕京啤酒搭建了系统化的废弃物治理架构，配套制定《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》等专项制度，明确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。

公司推行“分类管控、资源化优先”的处置原则，按月度精准统计各类废弃物产生数量、处置方式及处理量，相关统计标准保持稳定，最大化挖掘废弃物资源价值，降低环境负面影响。



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。



公司总部定期对各工厂废弃物处理落实情况开展专项检查与绩效考核，确保各项管控举措落地见效。公司专项成立攻坚项目，聚焦提升固废循环回收利用率，设定明确量化目标。围绕集团整体循环回收率99.66%的核心目标，将指标逐级分解至旗下所有运营工厂，并针对各工厂生产工艺与废弃物结构差异，逐一设定差异化年度目标。其中，燕京赤峰、燕京驻马店、沈阳燕京、燕京昆明等工厂目标设定为100%，燕京金川、一分公司、福建惠泉等工厂目标设定为99.99%以上，形成“一厂一策”的量化管控体系。2026年，集团实行月度跟进督办机制，按月追踪各工厂年累循环回收率达成情况，确保全年目标按时完成。

守护生态系统与生物多样性

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。

公司严格遵循国土空间规划与生态保护相关规定，规范建设项目的用地管理，坚守生态保护红线。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

燕京啤酒将土壤防护纳入环境管理重点范畴，加强对废油、玻璃渣等污染物和废弃物进入土壤的路径的管控，定期检查地下污水管网，防止污水渗漏污染土壤。为应对可能发生的污染物泄漏事件，公司制定了完善的应急管理预案，确保在第一时间响应并处理，最大限度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

燕京啤酒积极践行生态环境保护责任，常态化开展各类生态环境保护行动。公司在世界环境日、节假日等重要节点，组织员工参与环保知识学习、社区服务、植树造林、校园宣传等活动，引领全员树立牢固的生态环保意识，积极营造绿色的良好环保氛围。

2026年，公司持续围绕环境可持续发展开展环境日活动，鼓励员工走进社区、贴近自然，有效增强员工和周边社区居民的环保认知与参与度。此外，公司还积极探索与政府部门的协同合作，参与河流、湖泊等水域生态保护活动，切实守护水生态环境与生物多样性。

案例

2026年世界环境日：带动员工、承包商、社区一同行动

2026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。报告期内，共计组织247项活动，吸引员工16,563人次、承包商2,030人次参与到环境日活动之中。

工厂内环境宣传

通过张贴宣传条幅及海报、电子屏播放环保影片、发放宣传手册等形式开展环境教育，提升员工环保认知，引导大家践行可持续行动。



发放环保宣传手册

组织环保主题活动

组织低碳健步跑、知识竞赛、节能降碳方案收集、专题培训等主题活动，有效提升员工环保意识与行动力。



燕京漓泉公司健步跑活动

生物多样性保护实践

联合社区、当地政府开展植树、水资源保护、土壤保护等活动，组织员工参与种树、湿地公园捡垃圾、河流塑料垃圾清理等实践，推动生物多样性保护落地。



开展植树活动

带动社区行动

邀请同业、学生参观交流，讲解啤酒生产过程及绿色低碳改进措施，展示清洁生产与资源循环利用成果；组织员工向市民发放宣传手册、讲解环保知识，带动社区共建绿色家园。



参与社区宣传



创新 赋能未来



燕京啤酒将创新作为推动技术升级、产品迭代和高质量发展的重要引擎，以质量安全筑牢发展根基，持续提升产品创新能力与服务品质，为消费者创造更加优质的产品与服务体验。公司坚持以客户权益为导向，践行负责任营销理念，携手供应链伙伴推动可持续发展，强化数据安全治理，助力行业可持续发展。

深耕研发创新

燕京啤酒坚持以研发创新驱动企业高质量发展，持续完善研发创新管理体系，加强科研平台建设，推动产品创新、工艺升级与知识产权保护协同发展，不断提升企业创新能力，为可持续发展注入动力。

研发创新管理

燕京啤酒坚持“需求引领、标准创新、技术突破”的创新发展理念，将研发创新赋能作为公司战略方向，推动科研创新与产业发展深度融合，以创新赋能企业可持续发展。

公司制定《研发项目管理制度》《新产品开发管理制度》《核心研发人员管理制度》等一系列规章制度，覆盖项目立项、过程管理、经费使用、成果保护及转化应用等全流程，有效衔接各层级管理，全面规范企业研发创新活动。公司采用“1+5+N”研发组织模式，由总部技术研发中心统筹研发创新工作，并由具备研发职能的分子公司设立研发分中心，形成协同创新网络。总部技术研发中心下设产品研发部、技术研发部、应用技术部及研发管理部四大核心部门，分别负责产品研发与布局、关键技术攻关、产品与技术测试以及科研项目与平台管理，实现研发资源高效配置与协同运行。

在研发人才培养方面，公司围绕研发核心业务，建立系统化专项技能培养体系，开展多形式专项培训，持续提升科研人员专业能力。同时，完善科技创新成果奖励机制，充分激发研发团队创新活力，促进研发成果高质量产出。

在科研平台管理方面，公司推进高新技术企业建设，优化科研创新平台布局。截至报告期末，共有公司总部及下属10家分子公司获得有效高新技术企业认证。公司已获批设立博士后科研工作站、国家级企业技术中心、国家级技术创新示范企业，并拥有7个省级企业技术中心、2个市级企业技术中心、1家省级技术创新中心，为开展科技创新提供坚实支撑。

未来，公司将持续深耕主流啤酒、特色啤酒及饮料产品创新，加强特种啤酒研发，不断丰富产品矩阵，满足消费者多元化、品质化消费需求。



研发创新应用

燕京啤酒以市场需求为导向，持续推进研发成果产业化应用，通过产品创新、工艺创新和技术创新，不断提升产品品质和消费者体验。

围绕消费者对品质化、健康化和多元化产品的需求，公司持续丰富产品矩阵。2026年，燕京A10正式上市，针对全麦啤酒“醇厚却失爽净”的行业难题，锚定“由净生香，由净致爽，一净到底”的目标，依托原料技术与工艺创新的双重突破，构建全新的纯净酿造体系，使产品表达出兼具浓郁醇厚与柔和爽口的“满分口感”，成为公司在高端全麦拉格领域的标志性产品。同时，为顺应健康消费趋势，公司已推出燕京无醇啤酒、无醇白啤等产品，并荣获布鲁塞尔挑战赛金奖。在2026年北京国际燕京啤酒节期间，公司进一步推出2款无醇果味啤酒，持续满足消费者多元化消费需求，进一步拓展无醇啤酒市场。

案例

科技创新推动啤酒风味智能升级

燕京啤酒推动科技创新与产业创新融合发展，通过技术突破提升产品品质。公司技术研发中心历经五年持续攻关，在“燕京淡色拉格啤酒风味感知数字化表达与智能调控技术研究及产业化”项目中取得重大成果。项目创新构建“气味+滋味”双维度啤酒风味物质高通量解析与评价技术体系，通过“工艺—物质—感知”全链条智能调控技术，实现风味感知预测与智能调控，推动淡色拉格啤酒酿造由经验控制向数字化、智能化调控转型。

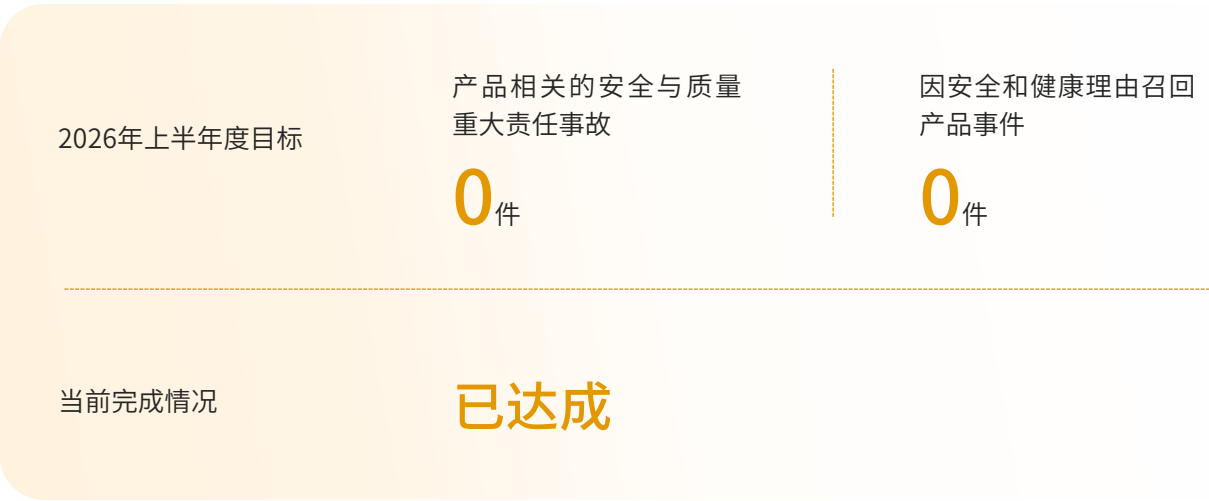
知识产权保护

燕京啤酒将知识产权视为企业高质量发展的核心资产。公司已建立《知识产权保护管理制度》，实现从创新成果孵化到市场应用的全流程管控，通过“专利+商业秘密”的组合策略协同保护知识产权，并将知识产权审查嵌入研发关键节点，严格执行成果发布审批管理，有效保障核心技术安全，积极推进科研管理数字化建设，搭建具有自主知识产权的一体化科研管理平台。



坚守质量底线

燕京啤酒持续完善产品质量与安全管理，通过体系建设、过程管控和供应链协同，不断提升产品品质与安全保障能力，为消费者提供安全、健康、优质的产品体验。



产品质量管理

燕京啤酒高度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》《GB/T 20942-2007啤酒企业良好操作规范》《GB/T 4927-2025啤酒质量要求》等国家法律法规与行业规范，建立“公司总部与相关责任部门—各生产工厂与相关责任部门”的产品质量管理体系架构，制定《产品检验管理制度》《超标和不合格产品管理制度》《产品技术标准管理制度》等内部管理制度，设立质量KPI目标，构建全方位质量管控体系。

公司持续鼓励各工厂开展质量管理体系认证工作，通过内部评审及管理评审，强化公司产品和服务质量体系建设。报告期内，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，质量管理体系认证覆盖率达85.7%，证书有效性100%。

关键绩效指标	单位	2026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

CERTIFICATE



公司及旗下部分工厂质量管理体系认证证书

● 产品质量管理措施

燕京啤酒始终坚持质量至上理念，围绕生产过程中的关键环节持续完善质量管控机制，加强供应商管理，持续提升产品质量保障水平。

● 基层产品质量把关

燕京啤酒将质量责任落实到生产全过程。公司建立《基层员工质量把关激励制度》，提升基层员工在原料入厂及生产过程中的质量管理能力，进一步提升质量把关的主动性和精细化水平，及时识别和控制质量风险，防止不合格产品流入后续工序及市场，提高出厂产品的质量水平。

● 产品质量检测

燕京啤酒不断优化产品质量检测程序，加强对进厂原料、生产过程及出厂产品的质量监测，提升产品质量。公司各生产工厂均配备与生产规模相匹配的检测设备、检验人员和实验设施，严格执行产品留样制度，并定期对检测设备进行检定或校准，确保检测结果的准确性和可靠性，为产品质量提供有力保障。

● 产品质量审计

2026年，公司持续开展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

梳理质量体系审计标准5.0版，聚焦有效性和推动工厂自主运行，精简优化标准555条；完善1+5（应知应会、课件、试题库、案例、模板等）内容149项。



提升质量审核有效性

从组织方式、审核方式、审核全面性、审核能力、审核机会点、闭环管理等维度制定措施把控工厂质量审核有效性，同时从机制建设鼓励审核人员暴露和发现问题。



实施质量审核

总部统一规划年度全面审核排期，由总部审核负责人统一组织和开展质量审核，审核完成后进行多维度数据分析和总结，提炼共性问题和制定整改措施。

● 供应商质量管理建设

燕京啤酒坚持将质量管理延伸至供应链各环节，围绕供应商准入、过程管控、能力提升和绩效评价，建立全流程供应商质量管理机制，不断提升供应链质量管理水平，为产品品质和食品安全提供坚实保障。

公司严格落实供应商准入管理，对新供应商开展现场审核、供货样品检验及试供期管理，确保供应商具备稳定的供货能力和质量保障能力。针对不同类别原材料制定差异化验收标准，严格开展入厂检验，对不符合要求的物资实行退货管理，并将验收结果纳入供应商月度及年度绩效评价，推动供应商持续改进。2026年，公司进一步完成LIMS系统与SRM供应商管理系统对接，依托SRM平台实现供应商绩效评价全流程数字化管理，相关业务数据实现100%线上归集，进一步提升供应链质量管理效率和透明度。

公司注重与供应商建立长期合作关系，通过实验室对标、检验能力比对、专题培训及质量交流等方式，帮助供应商提升质量管理能力，持续缩小检测偏差、提升质量一致性。针对供应商现场审核发现的共性问题，公司及时组织同类供应商开展自查整改和经验共享，并结合新供应商、新工艺及重点质量问题开展专项培训，报告期内，供应商培训完成率100%。

本年度，公司通过召开“合力聚势 共赢增长”为主题的燕京啤酒“十五五”战略发布暨2026合作伙伴大会，发布企业未来发展规划，并评选授牌一批战略合作供应商，进一步深化协同合作，携手推动供应链高质量发展。

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/T 20942-2007啤酒企业良好操作规范》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》等制度及文件，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有效实施，燕京啤酒已成立食品安全管理委员会，下设食品安全办公室，并在各层级配备专门的监管人员，明确从食品安全主任到各工厂食品安全员各层级职责，形成权责清晰、层层落实的食品安全管理体系。

2026年，为规范食品安全运行管理，提升工厂食品安全规范化管理水平，燕京啤酒进一步明确《食品安全风险检查清单4.0》中关键控制点（CCP）管控要求及“互联网+AI”监控的频次与检查要求，持续完善《良好操作规范（GMP）管理手册》和《前提方案（PRP）管理手册》。同时，我们已成立危害分析与关键控制点（HACCP）小组，通过建立HACCP小组技能评估表、HACCP回顾套表，开展HACCP小组技能评估及差距分析等举措，提升工厂整体HACCP小组能力，确保CCP识别准确、验证充分、纠偏及时。此外，我们已建立《食品安全风险检查审核程序》，严格落实生产过程日管控、周排查、月调度，要求工厂定期上报排查结果，加强现场各生产工序执行、产品储存、出厂等流程环节的监督管理，切实保障产品安全。

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

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，不断加强产品安全管理工作，防范产品安全风险，升级对产品的全面防护，切实保障产品安全与消费者权益。

产品安全审计	定期开展专项审计工作以监控产品安全，系统性检查和评估识别潜在的管理提升项，并推动问题整改，持续完善食品安全管理体系。
员工产品安全培训	每年对全体员工进行食品安全培训，要求管理人员了解食品安全知识，操作人员对个人卫生管理和良好操作有基础认识，新员工上岗前必须接受卫生管理和清洁操作的培训，食品安全总监和食品安全员每年培训时长不少于40小时。各工厂制定年度食品安全培训计划，每年对全厂员工进行至少一次良好操作规范（GMP）回顾。
供应链端产品安全管控	公司已建立严格的产品供应商准入标准，依据燕京质量安全标准要求建立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，覆盖酿材、包材等内容，全面保障生产原料的安全与品质。
产品安全应急处置管理	燕京啤酒建立产品安全应急处理机制，设置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。

关键绩效指标	单位	2026年上半年度
因产品安全健康问题回收的产品百分比	%	0
产品质量类投诉数量	件	49
产品质量类投诉解决率	%	100

打造卓越服务

燕京啤酒始终坚守“为生活酿造美好”的初心与使命，以消费者需求为导向，不断完善客户服务体系。公司坚持以规范化管理提升服务品质，以负责任营销引导健康消费，通过高效的客户响应机制、多元化的沟通渠道和理性饮酒倡导，持续提升客户满意度与品牌信任，为消费者创造更加优质、安全、负责任的消费体验。

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

燕京啤酒围绕售前、售中、售后各环节持续完善服务管理体系，提升服务标准化、专业化水平。公司严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规，建立《经销商客服管理制度》，优化客户服务流程、岗位职责和培训机制，为消费者提供高质量服务保障。为进一步提升客户服务效率，公司已建立由供应链中心物流部、市场营销中心电商部及生产中心质量管理部协同组成的客户服务管理机制，分别负责客户沟通、渠道服务及质量改进工作，形成跨部门联动的服务保障体系。



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》《工厂市场投诉指数》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，认真倾听并及时响应消费者的反馈与诉求，维护消费者的合法权益。

燕京啤酒坚持以消费者需求为中心，持续优化售后服务和投诉管理机制，依托质量信息化管理系统建立覆盖投诉受理、赔偿处理、原因排查、报告评审及整改落实的全流程管理体系，实现投诉信息数字化管理和全过程闭环跟踪，进一步提升投诉处理效率和质量改进能力。

投诉渠道

- 集团统一招商、服务热线电话：400-010-0566
- 工厂或销售投诉客诉电话
- 总部直接反馈
- 专人对接反馈
- 新媒体渠道投诉
- 跨区客户反馈

2026年，公司电商部加强销售渠道监督管理，定期抽查客服日常接待工作质量，优化经销商客服团队培训内容，并每月对电商官方旗舰店客户服务月度考核及接诉即办专项考核进行打分，针对服务短板及时反馈并督促整改，提升消费者购物体验和服务满意度。

秉持责任营销理念

燕京啤酒高度重视营销活动对消费者行为和消费理念的影响，积极履行企业社会责任，坚持依法依规开展营销活动，将负责任营销理念融入渠道运营全过程。公司健全营销合规管理机制，严格遵守相关营销规范，关注消费者健康需求，积极倡导科学、适度的饮酒理念，坚决抵制过度饮酒及未成年人饮酒等不当行为，推动形成健康、有序的市场环境，传播文明、理性的啤酒消费文化。

营销管理

燕京啤酒充分认识到营销活动的社会影响，积极践行负责任营销理念，保障营销行为符合相关规范要求。公司严格遵守《中华人民共和国广告法》等相关法律法规，制定《品牌管理制度》《市场营销管理制度》《经销商管理制度》等制度，并通过官网发布《负责任营销政策》，内容包括负责任营销及宣传行为规范、负责任营销审计要求、负责任营销培训要求等内容，覆盖燕京啤酒及其下属公司董事、高级管理人员和全体员工。此外，结合业务实际开发营销标准化执行手册，覆盖从包装设计到产品传播方式的营销全流程，为各项营销活动提供统一规范和执行指引。

公司严格执行产品外包装及宣传内容审核流程，相关审核由品牌管理部、产品管理部联合技术中心、法务部等部门协同开展，确保广告、自媒体内容、产品包装及宣传物料真实、准确、规范，杜绝虚假、夸大及误导性宣传。同时，公司密切关注广告营销相关法律法规及监管要求，及时优化产品包装、品牌传播及商标使用等管理要求，不断提升营销合规管理水平，有效降低相关法律风险。

公司规范销售渠道营销行为，通过《经销商管理制度》及经销商合同中包含的《燕京啤酒经销通则》等规范市场行为的条例协议，引导经销商依法合规开展营销活动；同时加强电商平台营销内容管理，公司电商部对电商平台授权的销售渠道店铺页面开展专项检查，实现销售渠道店铺页面“未成年人禁止饮酒”“适度饮酒 切勿贪杯”等责任饮酒提示文案全覆盖。

2026年，公司组织开展全渠道广告宣传自查自纠，规范自媒体内容发布流程，并通过内部宣贯杜绝夸大宣传，强化技术宣传内容的准确性，通过典型违法案例宣贯不断提升员工营销合规意识。

案例

燕京啤酒深耕营销管理，推动京蒙协作饮品项目“燕京·小京同学”长效落地

“燕京·小京同学”作为京蒙协作落地饮品项目，依托燕京品牌优势，稳步开展市场拓展、品牌宣传渠道布局工作。项目积极参与全国重点糖酒行业展会，先后亮相南京、成都、郑州、漯河等多地糖酒会，深度对接全国经销商资源；为扩大项目品牌影响力，通过赞助蒙超联赛赛事、投放城市大屏媒体及生活区广告、高速点位广告等形式，展示品牌新品形象。项目累计开发合作客户约300户，渠道布局持续拓展。

下一步双方将持续深化产销联动，丰富产品品类、拓宽市场渠道，持续巩固跨区域协作成果。

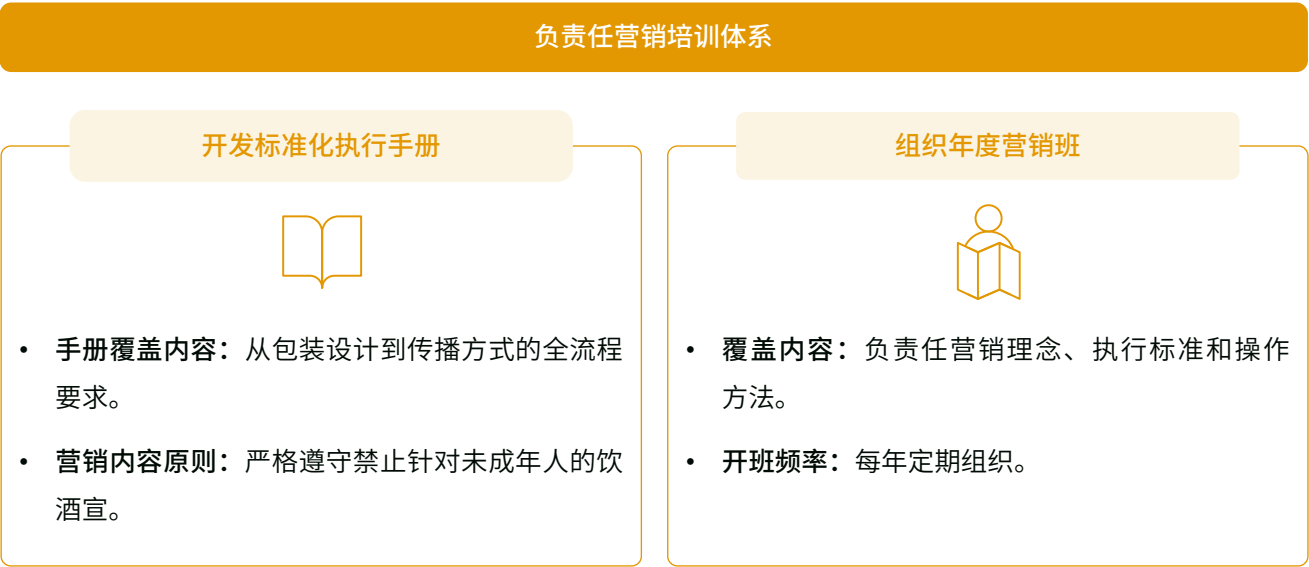


● 负责任营销审计

为巩固营销战略成果，规范营销策略执行和市场运作，提升营销管理水平和效益，公司定期开展经营管理审计，每三年覆盖所有分子公司，并将分子公司营销情况列为审计重点。在经营管理审计过程中，燕京啤酒对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，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，公司已完成5次涵盖负责任营销的审计，共覆盖5家分子公司，已整改全部识别出的问题。

● 负责任营销培训

燕京啤酒已围绕开发营销标准化执行手册和组织年度营销培训班搭建系统化、多层次的负责任营销培训体系，覆盖全体员工和各销售渠道。报告期内，公司市场营销中心品牌管理部及产品管理部开展1次部门内部负责任营销专题培训，培训内容包括广告法合规要点、品牌传播规范及案例剖析，相关部门员工参训率达100%；市场营销中心电商部共开展2次负责任营销培训，员工培训覆盖率达100%。



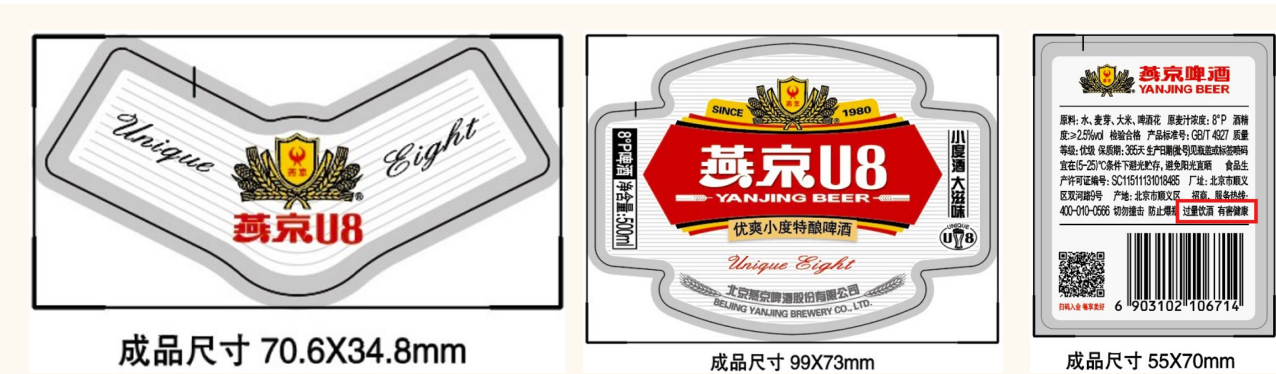
● 倡导理性饮酒

燕京啤酒倡导健康、文明、适度饮酒文化。公司已将理性饮酒倡导与“三贯穿五纵横”营销战略精准绑定，向消费者传递理性饮酒理念。我们已制定《预包装标注管理规范》，明确理性饮酒责任营销要求，在产品标签中标注“过量饮酒 有害健康”，并在TVC、KV、印刷品等官方宣传物料中标注“未成年人禁止饮酒”字样，严格杜绝诱导饮酒及夸大宣传内容。





广告KV 标注未成年人禁止饮酒



产品外包装 标注过量饮酒 有害健康



产品外包装 标注未成年人禁止饮酒

共建可持续供应链

燕京啤酒关注供应链的稳定运营与可持续发展，将可持续理念融入供应链管理全过程，通过完善管理体系、强化风险识别、规范供应商管理、推动ESG要求落地等措施，持续提升供应链韧性和ESG管理水平，运用数字化手段整合上下游资源，与供应商伙伴共同构建合规、高效、稳定、可持续的价值链生态。

供应链风险管理

燕京啤酒以《供应商管理制度》《生产物资供应商管理办法》等制度为基础，建立覆盖供应商资质审核、绩效监测、淘汰管理及廉洁管控等环节的全方位管理机制，以供应链中心为统筹核心，联动各业务板块及分子公司协同开展供应链管理工作，明确各层级职责分工，围绕合规风控、稳定保供和可持续发展等重点方向，推动供应链管理规范化、体系化运行。

针对重要供应商，公司重点关注环境、社会及治理相关风险因素，结合特定国家、部门及商品风险开展综合评估，保障供应链稳定运行。

● 供应链风险识别与评估

燕京啤酒每年定期开展供应链风险识别与评估，每月研究原材料的市场行情报告。针对供应链各环节潜在的环境、社会及运营风险，公司开展风险识别和动态评估，坚持“统一标准、动态评价、QCDS评价并重、评采匹配”的四大核心原则，搭建“风险识别—监测—整改—优化”全流程管控体系，提升供应链风险防控能力。公司关注并追踪各类影响市场供应的因素，及时识别潜在风险并制定应对措施。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，公司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，保证原材料的供应与供应链的整体稳定；在研发端，持续优化原材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

燕京啤酒重视供应商的合规情况与经营状况，通过严格的供应商准入和分级管理机制，持续提升供应链稳定性。

● 供应商准入与监督

公司实施标准化供应商管理制度，在供应商准入阶段开展资质审核和认证审核，对供应商相关资质进行综合评估，确保供应商满足公司管理要求。



关键绩效指标	单位	2026年上半年度
供应商总数	家	1,054
按地域分布划分的供应商数量	中国大陆地区供应商	1,054
	中国港澳台地区及海外供应商	0

供应链ESG管理

燕京啤酒积极推动ESG理念融入供应链管理，将环境保护、气候变化应对、劳工合规等要求纳入供应商管理准则，通过准入评估、合同约定及风险评估等方式，将禁止雇佣童工、保障职业健康安全写入标准合同，加快智慧采购生态构建，确保供应链在可持续发展的框架下实现长期稳定和健康发展。

● 供应链ESG建设

公司在供应商管理过程中持续关注供应商ESG风险状况，通过系统化ESG建设举措，有效引导供应商提升环保绩效与合规水平，从源头保障供应链合规运行。



● 供应商绩效评价与分级管理

供应商绩效评价是供应链ESG管理的重要环节。燕京啤酒依托数字化采购管理平台（SRM），建立涵盖ESG维度的供应商绩效评价机制，定期开展绩效评估与结果反馈，并结合目标管理和激励机制，引导供应商持续提升可持续发展表现。公司已将ESG表现纳入供应商评价的重要维度，在托盘等重点供应商评估过程中，综合考量环保合规情况、碳减排意向与实施路径、使用环保材料和绿色生产工艺、是否属于啤酒行业荣誉战略供应商等因素，并将评价结果作为合作优化和供应商分级管理的重要依据。

关键绩效指标	单位	2026年上半年度
获得ISO 9001质量管理体系认证供应商数量	家	579
获得ISO 14001环境管理体系认证供应商数量	家	390
获得ISO 45001/OHSAS 18001职业健康安全管理体系认证供应商数量	家	343

依据《生产物资供应商管理办法》，公司建立供应商分级管理机制，将供应商划分为战略供应商、优秀供应商和一般供应商，并结合月度、年度绩效评价结果实施动态管理。公司优先与战略供应商及优秀供应商开展合作，推动形成长期稳定、互利共赢的合作关系；对绩效未达要求的供应商，采取限期整改、重新认证或退出管理等措施，持续提升供应链整体管理水平。

● 供应链数字化建设

燕京啤酒持续推进供应链数字化建设，不断完善数字化采购管理平台，实现供应商管理、采购寻源、合同管理、采购执行及财务协同等业务全流程线上化管理，进一步提升采购效率和供应链协同能力。

2026年，公司进一步升级SRM系统，引入第三方供应商风险管理平台，构建覆盖供应商准入、合作到退出的全生命周期风险管理机制，重点加强对供应商合规经营、环境处罚、食品安全等风险事项的动态监测，进一步提升供应链风险识别与预警能力。目前，该项目已进入实施阶段，预计于2026年第三季度正式投入运行。



数字化采购管理平台（SRM）示意图



数字化采购管理平台（SRM）示意图

严守数据安全

燕京啤酒将数据安全与隐私保护作为数字化发展的重要保障，聚焦制度、技术与管理协同发力，加强核心数据、信息系统及个人信息安全管理，不断提升数据安全治理水平，为企业稳健运营和客户信息安全保驾护航。

数据与隐私安全管理

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公司卓越管理体系，制定《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、网络与信息安全和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、管理规范化的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

为进一步提升数据安全治理水平，燕京啤酒加强信息系统安全防护和网络安全管理，规范系统权限配置、数据访问控制及运维操作流程，强化核心信息系统安全管理。公司严格落实国家网络安全等级保护要求，对信息系统实行分级定级、建设、测评、备案及整改全过程管理，并建立由信息安全负责人、信息系统管理员、防病毒管理员及终端用户组成的责任体系，全面提升网络与信息安全防护能力。

与此同时，公司建立常态化网络安全检查机制，围绕信息系统运行、数据安全、网络设备及终端管理等重点领域开展自查、专项检查和第三方测评，推动风险隐患闭环整改，持续提升网络安全管理水平。

在客户隐私保护方面，公司严格执行个人信息保护相关要求，规范客户信息收集、存储、使用和授权管理，并建立外部人员访问全过程管控机制，对访问申请、审批授权、现场陪同、权限回收等环节实施全过程管理，有效防范数据泄露和非授权访问风险。

报告期内，公司未发生重大网络安全事件或数据安全事件。





关怀 铸就成长

5 性别平等

8 体面工作和经济增长

燕京啤酒始终坚持“以人为本”的发展理念，将员工视为企业发展的核心动力，持续完善员工权益保障机制，关注人才培养与职业发展，强化职业健康与安全管理，丰富员工关怀举措，努力营造包容、和谐的工作环境，与员工共享企业发展成果。

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，通过构建合规用工体系、打造公平包容的就业环境、建立科学规范的薪酬机制、畅通民主沟通渠道等一系列实践，切实保障员工合法权益。

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》《中华人民共和国就业促进法》等国家法律法规及经营所在地劳工管理政策要求，依法规范用工管理，保障员工在工作时间、薪酬福利、劳动安全、社会保险等方面的合法权益。公司已制定燕京啤酒内部用工规章，严格禁止雇佣童工与强迫劳动，并在招聘录用、薪酬分配、职级发展等全流程中坚持公平公正原则，不对性别、年龄、民族、身体状况等设置任何歧视性限制，落实按劳分配、同工同酬，充分尊重员工人格权益，确保所有职工获得公平对待。

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、积极参与各类人才招聘会等举措，广泛吸引不同地区和背景的人才，丰富员工队伍的多样性，为企业注入持续创新活力。公司依托BOSS直聘、智联招聘、公司官网等多种招聘渠道，遵循标准化流程开展招聘，高效适配用人需求。

截至报告期末

公司员工总人数

19,752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，为支撑业务发展战略并优化人力资源配置，公司于2023年正式发布《薪酬管理办法（试行）》，系统明确了薪酬体系的设计依据、管理方法及结构框架。公司薪酬设置以同部门、同岗位薪酬标准一致为基础原则，同时结合不同区域的产能水平、运营效率差异设置合理的区域性调节机制。公司薪酬结构既充分保障了员工的基本权益，也能精准匹配员工岗位贡献与长期价值，全面调动员工工作的积极性、主动性与创造性。

薪酬结构	
固定薪酬	补贴
按固定标准支付给员工的薪酬，包括基础薪酬、职级薪酬。	- 固定补贴：含防暑降温费、煤火费、供暖费等。 - 非固定补贴：含值班补贴、加班补贴、夜班补贴等。
浮动薪酬	激励薪酬
与员工实际工作表现挂钩，包括月度绩效奖金、年终奖金。	包含项目奖励、创新奖励、发明专利奖励、新技术应用奖励等以及针对岗位设置的中长期激励——任期奖励。



民主沟通

燕京啤酒用心倾听员工声音，鼓励员工参与民主管理，多维度搭建双向沟通机制保障员工诉求通路顺畅。公司通过开展员工满意度调查、组织职工代表大会及员工座谈会、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高效传达，保障员工在各环节的合法权益。

● 召开职工代表大会

燕京啤酒建立健全厂务公开与民主管理机制，保障员工知情权、参与权、表达权与监督权。公司召开第二届第十三次职工代表大会，审议专项集体合同、工资集体合同、申报特殊工时意见等相关工作报告，畅通职工意见表达与反馈渠道，充分落实职工民主管理权利，构建和谐稳定的劳资关系。

● 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，了解诉求，组织协商
- 公司总部听取当事职工陈述，开展客观全面的调查核实
- 公司总部推动争议双方达成和解
- 总结评估争议处理情况，完善劳动争议管理制度，强化争议预防，提升处理效率与公平性



心系员工福祉

燕京啤酒始终秉持“关爱员工、依靠员工、凝聚员工”的核心价值导向，致力于构建兼具温度与韧性的以人为本工作环境。公司深度关注员工工作与生活的平衡协同，全力护航员工实现快乐工作、安心生活的美好愿景。

保障员工福利

燕京啤酒为员工搭建体系化、多元化的福利保障框架，覆盖节日补贴、工作餐、年度健康体检等基础保障内容。同时，建立分层分类的专项奖励机制，通过精准正向激励充分激发员工的内生动力与进取精神，提升员工积极性与归属感。

员工福利

货币性福利	▶	• 季节补贴、企业年金。
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。

开展员工关爱

为强化员工认同感与向心力，燕京啤酒搭建起系统化员工关怀体系，覆盖节日慰问、生日祝福、退休人员福利、高温防暑保障等多维度，持续营造企业内部温馨和睦的氛围。2026年，公司升级职工体检服务，在原有两家公立医院合作资源基础上，新增一家私立体检机构供员工选择，同时上线电子化体检报告，在保障员工身体健康的同时进一步优化体验，提升员工幸福感。



丰富员工生活

燕京啤酒以“健康工作、快乐生活”为文化导向，通过开展多元特色文化活动，持续打造有温度的职场环境，引导员工实现工作与生活协调发展，凝聚企业发展内生动力。

举办“热爱有你，闪耀有我”职工文艺汇演活动

2026年1月，燕京啤酒举办“热爱有你，闪耀有我”职工文艺汇演，900余名公司领导、退休老领导、分子公司负责人、经销商及职工代表现场参与，线上直播吸引超6.5万名职工及家属实时互动。汇演节目均由职工自编自导自演，设置入职30年职工致敬、多轮抽奖等环节，增强职工归属感与向心力，凝聚团结向上的共识，引导全体职工以昂扬斗志、饱满状态投入“十五五”开局建设，助力企业二次创业、再创辉煌。

开展“热爱有你，巾帼绽放”非遗手作艺术沙龙活动

2026年3月，燕京啤酒举办“热爱有你，巾帼绽放”女职工非遗手作艺术沙龙，公司领导与近百名女职工共同参与，体验非遗魅力。活动现场，女职工们学习传统技艺、融入个人创意，制作出各具特色的非遗手作。未来，公司将持续关注女职工需求，开展更多丰富活动，引导女职工在燕京高质量发展进程中彰显新时代女性风采与担当。

开展“热爱有你 青春有约”青年联谊交友活动

2026年4月，燕京啤酒主办的“热爱有你·青春有约”青年交友联谊活动圆满举行。活动打破传统交友的拘谨模式，设置多元互动环节，既通过“击鼓传花”推选“桌主”带动破冰交流，还依托“看准”APP“AI灵犀小助手”为嘉宾做大数据智能匹配，切实为青年搭建了健康积极的交友平台。本次活动是燕京啤酒携手合作伙伴服务青年群体、履行社会责任的生动实践，公司将持续关注青年需求，为青年生活成长赋能。

助力职业成长

燕京啤酒高度重视员工成长与发展，构建畅通的职业发展通道，建立健全人才培养机制与系统化培训体系，完善高层次人才引育及服务体系，建设博士后工作站、落实科研经费保障，积极对接各级人才政策解决员工实际需求，组织开展各级人才奖项申报，为公司发展筑牢人才根基。

关键绩效指标	单位	2026年上半年度
员工培训支出金额	万元	502
员工培训次数	次	17,320
员工培训总人次	人次	185,906
员工培训总时长	小时	268,279

贯彻人才培养战略

燕京啤酒紧密围绕公司整体发展战略，在“1+5+N”组织模式框架下持续深化人才培养体系建设。公司秉持“党管干部、任人唯贤”的核心理念，坚持“德才兼备、择优录用”人才选拔原则，系统开展人才培养与梯队建设工作。



打造多元培训体系

燕京啤酒高度重视内部人才培养与队伍建设。公司制定《培训管理制度》，构建起多元化、系统化的人才培训体系，以满足员工成长与公司发展的双重需求。

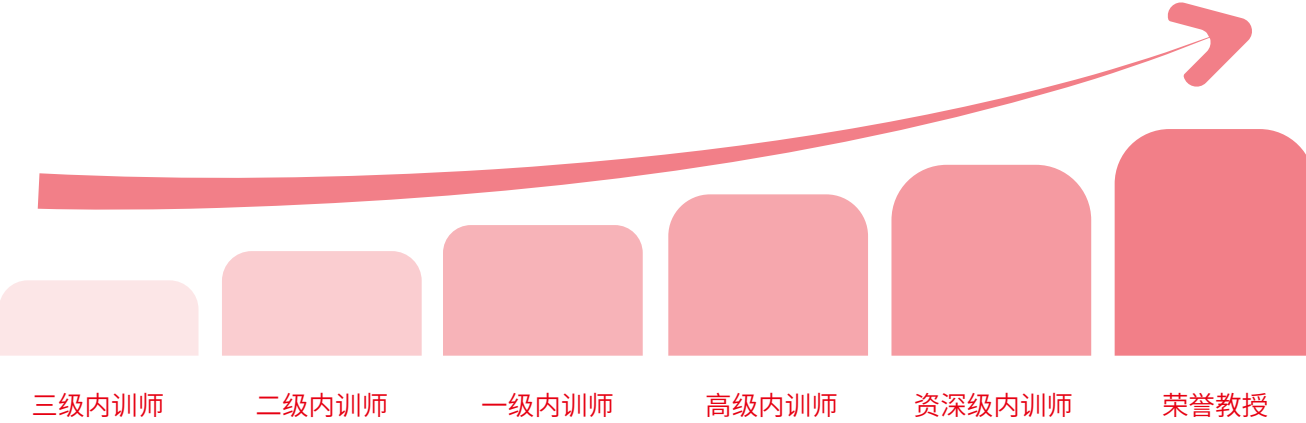
公司采用线上线下相结合的创新模式。线上依托“燕京讲堂”，线下开展多层次专题培训活动，全方位赋能员工成长。培训主题广泛覆盖供应链、生产管理、市场营销、领导力培养等，培训人群覆盖从管培生到集团中层及以上干部，学习资源丰富专业。2026年，公司修订《培训课程开发管理办法》，完善课程开发要求，新增微课开发和定级标准，累计上线覆盖通用管理、职能管理、营销管理、生产管理等模块的线上录播课995门，其中核心业务领域课程130门，专业学习资源持续扩容。

报告期内，公司培训活动达到良好效果。其中，线上“燕京讲堂”开展72期包括全条线专项课程，总时长达到158小时，覆盖4,556人次；线下聚焦核心人才与业务需求，开展27场定制化专题培训，总时长达到604小时，覆盖2,069人次，有效支撑各岗位员工能力提升。



“燕京讲堂” 页面

公司高度重视内部员工的发掘与培养，将内训师队伍建设作为赋能员工、沉淀内部经验的重要举措。2026年，公司修订《内部讲师管理办法》，完善内训师升降级标准和激励标准，激发内部员工参与知识输出、技能共享的积极性。报告期内，公司新聘任集团内部讲师42人，覆盖生产、供应链、营销等不同业务领域，为员工成长提供坚实师资保障。

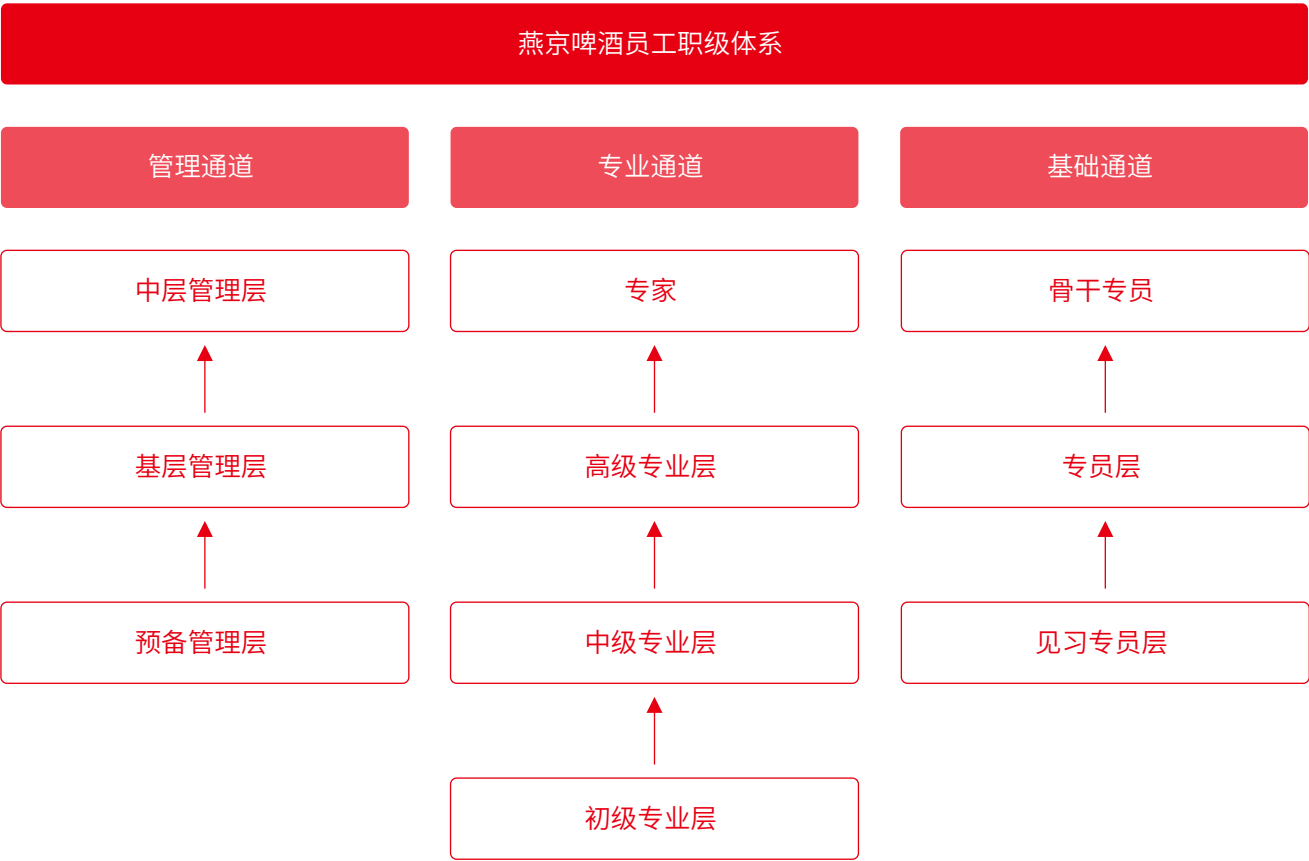


畅通职业发展路径

燕京啤酒关注员工的职业发展，为其构建了清晰多元的职业发展规划与晋升通道，助力员工实现个人价值与职业理想。

公司搭建了基础通道、专业通道、管理通道三大晋升体系，涵盖30余个层级，层级划分科学合理。其中，M1至M6为基层职级，M7、M8为中层职级，每个职级又细分为多个职等，为员工提供了广阔的职业上升空间。

公司设置五项基本原则，作为员工晋升评定的遵循，包括公平公正原则、能力与绩效导向原则、竞争与激励原则、逐级调整与越级调整相结合的原则以及灵活性原则，以年度绩效、部门评价、领导力评估等多项指标为核心进行综合评分。每年，评审委员会结合员工综合得分与岗位需求提报晋升候选名单，经审批后，通过民主推荐、票选、面谈、组织考察等严谨程序，最终确定晋升人选，全方位保障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，建立健全健康管理体系，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，建立了《安全生产规章制度》《职业健康监护管理制度》《承包商安全管理制度》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。

公司设立安全生产委员会，作为职业健康与安全管理的核心治理机构，负责公司整体的职业健康与安全工作的统筹管理，建立明确的组织架构、职责分工与汇报机制，构建闭环考核约束体系，推动安全管理责任层层压实、落地见效。安委会组织架构清晰、权责分明，由公司董事长、副董事长担任组长，副组长及成员涵盖高管、总部相关部门及各分子公司党政主要负责人，形成上下联动、全域覆盖的安全治理格局。安委会工作直接向公司经理会、党委会汇报，相关决策直达最高治理层，确保安全管理高效传导、权威执行。

为从源头筑牢安全防线、系统提升本质安全水平，公司建立并严格执行统一的安全体系审计标准。公司每年对所有下属工厂实施全覆盖安全体系审计，通过“资料核查+现场巡查”的双重校验方式，重点审视工厂安全制度、有限空间作业、高空作业、用电安全、危险物质管理、个人防护用品配置及员工培训等关键环节，确保安全管理要求穿透至作业终端，推动安全绩效的持续提升。

安全生产目标方面，公司每年度均设定明确的整体及细化安全生产管理目标。我们设置了“非零”健康与安全目标，即工伤事故发生率小于等于0.5%及重伤事故率小于等于0.06%，相关目标覆盖公司全部员工及承包商。此外，公司将职业健康与安全相关指标全面纳入绩效考核体系，并在任期制契约化管理中设立安全“一票否决”条款，分子公司负责人及总部高管均已完成签约，通过制度规范与执行落地的双管齐下，强化各层级安全责任意识，确保安全管理目标稳步达成。

2026年上半年度目标			
员工体检覆盖率	职业病发生率为	食物、急性中毒事故为	外来人员、车辆安全事故发生数为
100%	0	0	0
重大火灾事故为	死亡事故为	工伤事故发生率	重伤事故率
0	0	≤0.5%	≤0.06%

覆盖范围	当前完成情况
覆盖全部员工及承包商	已达成

在体系认证方面，截至报告期末，燕京啤酒已有17家工厂获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证。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

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。
安全生产检查	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。
危险作业安全管理	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。

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。

案例

燕京啤酒昆明工厂开展高风险作业操作大比武

2026年6月，燕京啤酒昆明工厂组织开展高风险作业操作技能比武，围绕包装部上锁挂牌、酿造部有限空间作业、技术服务部动火作业3类高风险作业项目，通过实操考核检验员工安全操作技能和风险识别能力。活动重点考察个人防护用品规范佩戴、作业工具确认及标准化操作执行情况，进一步提升员工安全作业能力，夯实安全生产安全基础。



高风险作业操作大比武

案例

燕京啤酒北京工厂开展防暑降温和应急救援安全知识培训

2026年6月，北京工厂开展中暑应急预案演练，设置现场模拟中暑处置、初期简易急救、规范紧急救治三个环节，旨在检验高温中暑事件处置效率，最大限度降低人员伤害风险、保障职工生命安全。本次演练让员工熟练掌握全流程处置要点、强化互救互助意识，进一步夯实全员中暑急救能力，筑牢夏季安全防线。



中暑应急预案演练

健康安全培训

为提升员工安全防范意识与技能，有效预防、控制和消除职业危害，保障劳动者健康权益，燕京啤酒构建了覆盖新员工入职至在职全周期的多元化培训体系，通过系统化培训持续强化员工安全意识与操作技能，筑牢工作中的健康安全防线。在此基础上，公司制定《职业病防治宣传教育培训制度》，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向纵深发展。

员工培训体系

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。

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。

针对作业风险防控，公司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，确保其准确掌握公司安全作业规范，从源头降低事故风险。此外，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。公司针对入场环节设置明确标准，对承包商作业人员、管理人员的健康条件，以及作业工具、个人防护装备佩戴使用要求做出明确规定，全方位保障现场作业人员安全。





责任 彰显担当



企业根植于社会，亦当回馈社会。燕京啤酒始终秉持社会责任与企业发展同频共振的发展理念，坚持与利益相关方共享发展成果，积极履行国有企业责任担当。公司聚焦乡村振兴、志愿服务、社区共建等重点领域，深化社会价值创造，助力构建更加美好的社会。

助力乡村振兴

公司始终坚守国企使命担当，构建起涵盖“一助一”结对帮扶、多元化公益体系，并深度融入国家乡村振兴战略大局。报告期内，燕京啤酒强化总部与分子公司联动，通过全员“献爱心”捐款活动凝聚向善合力。聚焦乡村振兴，公司着力深化“万企兴万村”合作机制，以物资保障为基础，以产业帮扶为核心，有效带动脱贫地区经济发展，既展现了燕京的国企责任形象，也为地方乡村振兴提供了坚实助力。

参与志愿行动

作为啤酒行业的领军者之一，燕京啤酒不断完善志愿服务体系建设，积极打造具有燕京特色的志愿服务品牌。目前，公司已组建党员志愿服务队、阳光志愿服务队和“青燕”志愿服务团队三支志愿服务队伍，建立规范化、系统化的志愿服务管理机制，并通过开展志愿者能力培训，提升志愿服务专业化水平。公司积极推进志愿者礼遇计划，鼓励更多员工参与志愿服务。

案例

燕京“青燕”护航北京车展：以青春志愿诠释国企担当

2026年4月，北京国际汽车展览会在中国国际展览中心（顺义馆）隆重举行。展会期间，燕京啤酒“青燕”志愿者服务队以饱满的热情、专业的服务，全程参与保障工作，成为车展现场一道亮丽的风景线。



燕京青燕志愿服务队亮相2026北京国际车展

社区融合共建

燕京啤酒始终坚持扎根社区、联动地方发展，秉持“与地方共生共荣”的可持续发展理念，把社区建设、生态保护融入企业日常实践，积极为区域发展贡献力量。公司充分发挥统战工作引领作用、调动群团资源，深度参与“顺义好风气”打造及文明城市创建工作，以“新时代文明实践周”等特色活动为载体，常态化开展环境整治、文明劝导等社区服务，切实把组织效能转化为助力企业发展、落地社会责任的实际成果，实现企业发展与地方建设同频共进。

案例

燕京党员走进养老照料中心

为进一步弘扬志愿服务精神，践行企业社会责任，2026年6月，燕京啤酒北京工厂运营党支部组织党员走进和悦养老照料中心，联合中心工作人员共同开展“月末清洁日”志愿服务活动。党员志愿者对院内活动区域、休闲广场、楼道卫生死角等重点区域进行全面清扫，清运垃圾、整理堆放杂物，扎实做好环境保洁工作，以实际行动为和悦养老照料中心营造干净整洁、舒适宜居的居住环境，彰显党员担当。



燕京党员志愿服务队在和悦养老照料中心志愿清扫

未来展望

2026年是“十五五”规划的开局之年。站在新的发展起点，燕京啤酒将继续秉持“为生活酿造美好”的初心使命，坚持稳中求进的工作总基调，以“二次创业、复兴燕京”为主线，以变革创新为根本动力，锚定“民族品牌坚守者、创新变革践行者、品质生活倡导者、全价值链构建者”的战略定位，将可持续发展理念进一步融入企业战略、经营管理和价值创造全过程，以高质量发展回应消费者、员工、股东、合作伙伴及社会各界的期待。

顺应行业高端化、数字化、绿色化的发展趋势，公司将坚持创新驱动，持续提升产品品质和运营效率；不断完善现代公司治理体系，强化合规经营与风险管理；深入推进绿色制造、节能降碳、资源循环利用和绿色供应链建设，不断提升环境绩效；坚持以人为本，关注员工成长与福祉，深化社区共建，积极创造共享价值，推动企业发展与经济、社会、环境协调共进。

燕京啤酒始终相信，可持续发展不仅是企业稳健经营的重要基础，更是民族品牌迈向未来的重要动力。展望未来，公司将坚守责任初心，以创新激发发展活力，以绿色引领产业升级，以行动践行长期承诺，为行业高质量发展贡献燕京力量，为酿造更加美好的生活创造更多价值。



荣誉奖项

类别	获奖单位 / 产品	奖项名称	授予单位 / 活动
产品	燕京啤酒系列产品	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会
	狮王精酿	年度最具代理价值产品	2026中国酒业年度产品盛典组委会
	燕京U8	年度引擎产品	2026中国酒业年度产品盛典组委会
	狮王精酿10.8°P比利时小麦	2025年度TGA酒类新品“青酌奖”	中国国际酒业博览会组委会
公司	北京燕京啤酒股份有限公司	先进级智能化工厂	北京市经济和信息化局
	北京燕京啤酒股份有限公司 北京工厂党委	北京市先进基层党组织	中共北京市委
	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	副会长单位	中国物流与采购联合会酒类物流供应链分会
	北京燕京啤酒股份有限公司	《企业环境社会治理（ESG）工作指南》团体标准主编单位	中华环保联合会
	北京燕京啤酒股份有限公司	第二届北京企业党建优秀案例	北京企业联合会、北京市企业家协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	“新质生产力形成路径的探索与实践”、“国有大型啤酒企业价值创造型治理体系的构建与实施”成果荣获第三十九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、北京市企业家协会

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	“新型‘双轮驱动’ 风险防控模型的创造与实践”、“中国特色现代国有企业制度构建与实施”成果荣获第三十九届北京市企业管理现代化创新成果二等奖	北京企业联合会、北京市企业家协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年度北京市企业社会责任优秀案例	北京企业联合会、北京市企业家协会
	北京燕京啤酒股份有限公司	520 社会责任日气候行动议题最佳案例	思盟企业社会责任促进中心
	北京燕京啤酒股份有限公司	520 社会责任日优秀人气案例	思盟企业社会责任促进中心
	北京燕京啤酒股份有限公司	企业ESG高效治理最佳实践案例	商道咨询
	北京燕京啤酒股份有限公司	入选《2026中国企业ESG领先者报告》，获评“2026中国企业ESG领先者”	商道融绿
	北京燕京啤酒股份有限公司	2026年A股上市公司ESG优质企业-北京·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	2026年A股上市公司行业ESG绩效领先企业-主要消费·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	最具人气上市公司TOP300	同花顺网络信息股份有限公司
	北京燕京啤酒股份有限公司	金骏马奖·产业协同赋能奖	证券日报
	北京燕京啤酒股份有限公司	第十七届中国上市公司投资者关系管理天马奖	证券时报
	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	2025年度新京报消费质量提升案例	新京报消费研究院
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年度北京商业匠心智造品牌	北京商报
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025年度卓越市场表现奖	北青传媒
	北京燕京啤酒股份有限公司	2025卓越品牌奖	京东酒类业务部

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2026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