



(600132.SH)

重庆啤酒股份有限公司

**2023年环境、社会和
公司治理报告**



关于本报告

本报告是重庆啤酒股份有限公司（以下简称“公司”）发布的第二份环境、社会及公司治理（ESG）报告。本报告重点展示了公司在环境、社会及公司治理方面的相关政策、管理实践与绩效，帮助各利益相关方更直观地了解公司的 ESG 表现。

时间范围

本报告涵盖二零二三年一月一日至二零二三年十二月三十一日（“2023 年”“报告期间”“本年度”），基于报告的延续性和对比性，部分数据和信息适当追溯或延伸到其他重要年份。

组织范围

如无特殊说明，本报告以“重庆啤酒股份有限公司”（股票代码：600132）为主体，报告披露口径与年报保持一致。

编制依据

本报告的编制参考了全球可持续发展标准委员会（GSSB）《GRI 可持续发展报告标准（简称 GRI 标准）》，并结合联合国可持续发展目标（SDGs）以及气候相关财务信息披露工作组（TCFD）之建议进行编写。

资料说明

本报告引用的全部信息资料均来自于公司正式文件、统计报告与财务报告。本报告所用资料由本公司员工及合作伙伴提供，目的仅供本公司环境、社会及公司治理情况披露使用，不用于商业用途。

报告称谓说明

为便于表达与阅读，报告中“重啤股份”“公司”和“我们”均表示重庆啤酒股份有限公司，“集团”表示嘉士伯有限公司（Carlsberg A/S）。







免责声明

本报告的部分内容具有前瞻性，包括关于未来发展的计划、目标等。该部分内容是基于管理层当前的期望，可能受到不确定因素的影响导致其与实际结果产生重大差异，本公司不承担更新本报告中任何前瞻性声明的义务。

报告批准与获取

本报告已于 2024 年 3 月 28 日获董事会审议批准。本报告提供简体中文及英文两种版本，内容上如有细微出入，请以报告中文版为准。报告电子版可在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）及公司官方网站（<https://www.carlsbergchina.com.cn>）上获取。

目录

关于本报告	01	六大零目标	16	重点关注领域	51	附录	75
总裁致辞	02	 零碳足迹	17	排放管理	52	第三方评价	75
关于我们	03	 零农业足迹	25	产品与服务	54	GRI 索引	76
公司简介	03	 零包装浪费	29	多元、平等和包容	57	联合国可持续发展目标（SDGs）对应	78
荣誉	04	 零水浪费	33	负责任采购	65	ESG 关键指标绩效	83
ESG 计划	08	 零非理性饮酒	39	社区参与	66		
ESG 亮点	10	 零事故文化	44	合规管理	69		
ESG 治理	12						
利益相关方沟通	14						
重大性议题矩阵	15						



2023年是公司“扬帆27”战略的开局之年，我们延续了自2018年开始的高质量发展势头，销量、营收和利润等三大指标实现持续、全面增长。以销量为例，在中国啤酒行业全年仅增长0.3%的情况下，我们实现了4.93%的增长，远高于行业水平。

作为“扬帆27”战略的核心内容之一，“共同迈向并超越零目标”ESG计划在2023年也齐头并进：

“零碳足迹”方面，我们的酒厂总碳排放同比减少2,568吨，相当于种植了7万平方米的森林所吸收的二氧化碳量。关于全价值链的碳排放，我们有望提前达成2030年对比2015年减少30%的目标，根据去年的碳盘查结果，2022年相较于2015年已经减少了28%。

“零水浪费”方面，我们的平均水耗同比下降5.8%，达到行业领先的2.11hl/hl，并启动中水外送、水回馈等项目，以实际行动保护水资源。

“零农业足迹”方面，我们实现了50%的啤酒花和100%的辅料采购国产原料，在支持本地经济的同时，进一步降低了我们对环境的影响。

“零包装浪费”方面，我们的回瓶率提升至74.3%，同比增加2.8%，瓦楞纸箱配纸优化项目节约用纸3,800吨，相当于少砍伐7.6万棵树。

“零非理性饮酒”方面，我们在继续供应无醇啤酒的基础上，推出更多低醇产品，满足消费者多元需求，倡导理性饮酒理念。

“零事故文化”方面，我们始终将安全放在首位。在所有酒厂推广人车分流的同时，我们实施了安全矩阵三级培训体系，旨在提升员工的安全意识和技能水平，确保每一位员工都能在安全的环境中工作。

在过去一年中，我们借助ESG报告，通过各种方式，与各利益相关方积极沟通。我们欣喜地看到，社会各界在继续关注公司业绩表现的同时，也对我们的ESG成果给予了高度认可。在权威的MSCI ESG评级中，我们是唯一获评“A”的A股酒企，而国家工信部颁发的“国家级绿色工厂”、中证报的“ESG金牛百强奖”、中国酒业协会的“公司治理优秀案例”、机构投资者研究的“最佳ESG”奖等一系列荣誉，也让我们更加坚信：一个企业的业绩表现和ESG表现是相辅相成、缺一不可的。

您即将打开的2023年ESG报告，不仅记录了上述进步和成绩，也坦诚地揭示未来的挑战和需要加强的领域。我们希望这不仅仅是一份成绩单，更是一份承诺书和一份行动指南。我们相信，随着“共同迈向并超越零目标”ESG计划的持续推进，我们能够持续提升公司在环境保护、社会责任和公司治理等方面的水平，在达成当期经营目标的同时，确保业务的长期可持续，不断推动公司高质量发展，践行公司的宗旨：酿造更美好的现在和未来。

李志刚

重庆啤酒股份有限公司 总裁

关于我们

公司简介

重庆啤酒股份有限公司 (SH.600132) 是全球三大啤酒公司之一、嘉士伯集团在中国的业务平台。嘉士伯集团创建于1847年，总部位于丹麦首都哥本哈根，旗下140多个品牌畅销于全球150多个市场。

公司运营着由26个酒厂组成的生产供应网络和覆盖中国各省区市的销售市场，拥有“本地强势品牌+国际高端品牌”的强

大品牌组合。国际品牌有嘉士伯、乐堡、1664、格林堡、布鲁克林、夏日纷等，本地品牌有乌苏、重庆、山城、西夏、大理、风花雪月、京A等，能够满足消费者对高品质啤酒的多元化需求。

我们积极应对市场变化，近年来连续取得明显优于行业水平的业绩表现，实现销量、营收和利润等三大指标的全面、持续

增长。2023年，公司完成啤酒销量299.74万千升，营业总收入148.15亿元，利润13.37亿元。

目前，中国已经是嘉士伯集团在全球最大的市场。在嘉士伯集团面向2027年的“扬帆27”战略中，“继续在中国取得成功”被列为战略重点之一，致力于在中国成为最成功、最专业和最具有吸引力的啤酒公司。同

时，我们也承诺通过在中国实施“共同迈向并超越零目标” ESG计划，积极应对不平等、气候变化和水资源短缺等全球挑战，实现“零碳足迹”“零水浪费”“零农业足迹”“零包装浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”等一系列目标，践行嘉士伯集团的宗旨——酿造更美好的现在和未来。



荣誉

公司品牌

- | | | |
|---------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| • 2023 重庆企业百强 | • 上市公司 2022 年报业绩说明会最佳实践 | • 银川酒厂获评 2023 年市级节水型企业 |
| • 2023 重庆制造业企业百强 | • 2023 云南非公企业百强 | • 石柱酒厂获评 2023 年县级节水型企业 |
| • 第 13 次亚洲最佳管理团队评选 9 大奖项 | • 2023 云南制造业企业 20 强 | • 乌苏品牌获评“新疆老字号”称号 |
| • 第 13 届亚洲卓越企业大奖评选获 5 大奖项 | • 第十一批宁夏回族自治区农业产业化重点龙头企业 | • 天长酒厂获评“食安安徽”认证 |
| • 金牛最具投资价值奖 | • 宁夏回族自治区民营企业百强 | • 银川酒厂酿造部获评“全国工人先锋号”称号 |
| • 主板上市公司价值百强 | • 银川酒厂入选国家卫健委“第二批健康企业建设优秀案例” | • 合川酒厂包装维修班获评“重庆市工人先锋号”称号 |
| • 中国酒业上市公司品牌价值榜 TOP30 | • 大竹林酒厂获评 2023 年国家级绿色工厂 | • 伊宁酒厂酿造部获评“伊犁州工人先锋号”称号 |
| • 中国上市公司品牌价值活力榜 TOP100 | • 天目湖酒厂获评 2023 年市级绿色工厂 | • 天目湖酒厂包装 5 号线荣获“常州市工人先锋号”称号 |
| • 2023 消费模式创新先锋企业十强 | • 银川酒厂获评银川市首批无废企业 | |
| • 2023 国潮美食新风尚·成渝 30 强 | • 乌苏酒厂获评 2023 年自治区工业领域节水型标杆企业 | |

ESG

羊城晚报 ESG 可持续发展
案例



南方都市报绿色低碳
创新引领企业



网易财经
“年度 ESG 创新先锋”奖



上市公司协会
“ESG 金牛百强”



21 世纪活力·ESG
绿色发展案例



每日经济新闻“2023 中国
酒业上市公司 ESG 先锋奖”



新快报“首届大湾区
最受欢迎 ESG 企业大奖”



广州日报
“年度 ESG 标杆企业”



人才发展

前程无忧 - 中国 100 典范雇主
及学习和发展典范



雇主品牌研究所
-2023 DEI 雇主大奖及 2023 DEI
中国区 50 强



猎聘 - 年度非凡雇主 (广东)



智联招聘 - 年度最佳雇主
(广州)



前程无忧 - 大学生喜爱雇主



实习僧 - 2023 年最爱雇主



刺猬 - 2023 年青年友好雇主



众旗 - 2023 年
最受大学生欢迎雇主品牌



产品品牌和营销

“乐堡啤酒 1376 新装上市玩出宝藏新花样”获得 IAI 国际广告银奖



“乐堡啤酒 2022Equity 传播营销”获得 IAI 国际广告铜奖



金鼠标银奖：
WHY NOT! 乐堡啤酒创意户外对话
打破新青年焦虑 乐堡「吉时行乐」
三招玩转新年仪式感



1664 巴黎之槓获得
2023 胡润至尚优品
“高端精选白啤新秀奖”



乌苏啤酒获得中国酒业金樽奖
“中国酒业最受欢迎品牌 10 强”



虎啸奖：
乐堡啤酒 1376 新装上市玩出宝藏新花样
乐堡啤酒 2022 Equity 传播营销
乌苏啤酒 X 徐工集团 2022 国际劳动节项目



“乌苏开年就要你福”新春营销项目
获得 TopDigital 创新营销奖



乌苏啤酒 X 王小卤联名获得
2023 年度广告主盛典整合营销金奖



乌苏啤酒赤焱和
1664 百香果风味啤酒
荣获 2022 年度青酌奖



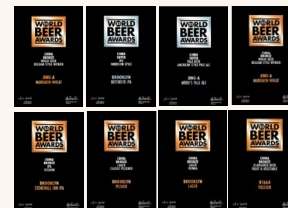
京 A 获 2023 布鲁塞尔
啤酒挑战赛大奖



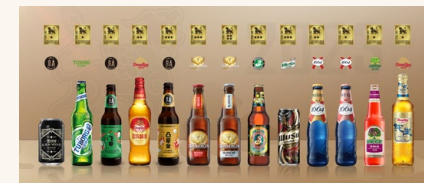
风花雪月桃花低醇获尼
尔森 IQ BASES 突破性
创新奖



2023 世界啤酒大奖赛
“两银六铜”八项大奖



13 款产品在
2023 中国国际啤酒挑战赛中获奖



ESG 计划

2022年，公司启动新的ESG（环境、社会和公司治理）计划“共同迈向并超越零目标”（TTZAB），是“扬帆27”公司战略不可或缺的组成部分，也是我们对不平等、气候变化和水资源短缺、社会健康福祉提升等全球挑战的回应。

TTZAB计划围绕“零碳足迹”“零农业足迹”“零包装浪费”“零水浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”六个“零目标”

制定了解决重要ESG议题的路线图，并设定了2030年和2040年的目标里程碑，包括实现全价值链净零排放、100%原材料从可再生农业和可持续资源中采购、包装回收循环利用、高风险地区啤酒厂100%水回馈，100%市场推出无醇啤酒、零损失工时事故等颇具挑战性和领先性的目标。其中，气候目标与《巴黎协定》中将全球平均气温上升幅度控制在比工业化前水平高出1.5°C 以内的目标一致。同时，TTZAB计划使我们在加

强负责任采购，多元、平等和包容，以人为本，根据指南行事，社区参与五个重点领域的努力更具战略意义。

2023年是新的TTZAB计划启动后的首个完整年度，我们采取了各项行动，在各重点领域取得了良好的进展。我们承诺将持续积极推动TTZAB计划的落地与实施，追踪并适时更新目标进展情况。我们将携手我们的供应商、客户、消费者以及所有相


关合作伙伴，在全业务和价值链中采取行动，以实现我们的目标和承诺，增强我们对社会的积极贡献，致力于实现“酿造更美好的现在和未来”的企业宗旨。




宗旨

酿造更美好的现在和未来


“扬帆 27” 战略重点

 我们的组合选择

 我们的地理重点

 我们的卓越执行







 我们的必赢文化

 “资” 援我们的征程

为利益相关方创造价值

可持续发展战略

共同迈向并超越零目标(TTZAB)

	零碳足迹	2030 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 所有酒厂实现零碳排放 全价值链碳排放减少 30% 所有可再生电力需来自新资产（如，通过电力直购协议） 	2040 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 全价值链净零排放
	零农业足迹	2030 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 30% 原材料从可再生农业和可持续资源中采购 	2040 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 100% 原材料从可再生农业和可持续资源中采购
	零包装浪费	2030 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 100% 包装可回收、可再利用、可再生 啤酒瓶和易拉罐的收集回收率提升到 90% 	<ul style="list-style-type: none"> 减少 50% 原生化石基塑料使用 啤酒瓶和易拉罐使用 50% 再生成分
	零水浪费	2030 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 公司范围内水耗达到 2.0hl/hl，高水风险地区啤酒厂的水耗达到 1.7hl/hl 	<ul style="list-style-type: none"> 高水风险地区啤酒厂实现 100% 水回馈
	零非理性饮酒	2030 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 通过包装和品牌活动实现 100% 理性饮酒信息覆盖 100% 市场建立合作伙伴关系，以支持理性饮酒 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 市场推出无醇啤酒 产品组合中 35% 是低醇或无醇啤酒
	零事故文化	2030 年目标 <ul style="list-style-type: none"> 零损失工时事故 	
	多元、平等与包容	专注于持续改进并实施政策、合作伙伴关系和其他计划，以实现为员工、运营、价值链和社会的影响	
	根据指南行事	制定更多可量化的短期目标，2024 年，女性在中层及以上管理岗位占比提升 4%；到 2027 年达到三分之一	
	以人为本	不断推行合规管理，并通过健全的合规计划营造诚信文化；以负责任采购为长期目标，在价值链上以人为本，并负责任地参与社区活动	
	负责任采购		
	社区参与		

ESG 亮点



零碳 足迹

-2,568 吨

2023 年减少碳排放 2,568 吨，相当于植树 7 万平方米

-28%

2015-2022 全价值链碳足迹减少 28%¹

79%

2023 年叉车电气化比例上升至 79%



零农业 足迹

100%

100% 的主要辅料是本地采购的国产原料

50%

50% 的啤酒花是本地采购的国产啤酒花

14.4 万吨

全年回收利用湿酒糟 14.4 万吨，废酵母泥 2.4 万吨



零包装 浪费

+2.8%

回瓶率相较于 2022 年提升 2.8%，达 74.3%

-3,800 吨

瓦楞纸箱配纸优化项目年度节约用纸 3,800 吨，相当于少砍伐 7.6 万棵树



零水 浪费

+5.8%

水效比 2022 年提升 5.8%，达 2.11hl/hl

-254 千吨

全年总节水量超过 25.4 万吨，相当于 101 个标准泳池

中水外送

宁夏酒厂开展首个中水外送项目



零非理性 饮酒

无醇 / 低醇产品

继重庆无醇啤酒和风花雪月柠檬味低醇啤酒之后，推出风花雪月桃花味低醇啤酒

500 万+

理性饮酒传播覆盖 500 万消费者



零事故 文化

200 万+

佛山新建和库尔勒扩建项目超 200 万安全工时，相当于百人规模酒厂 10 年无事故

人车分流

全面实现人车分流，降低酒厂道路安全风险



¹ 根据最新一轮公司全价值链碳排放测算报告。

产品与服务

100%

100% 酒厂通过 ISO 9001 质量管理体系认证和 HACCP 认证

100%

全年产品接受抽检、外送监测、监管现场抽样共 1,094 批次，产品执行标准合格率 100%

100%

客户年度投诉解决率 100%

多元、平等与包容

+3%

中层以上管理岗中女性员工占比提升 3%

+4.5%

新员工保留率提升 4.5%

250,000+

员工培训² 总时长超过 25 万小时

负责任采购

100%

100% 材料供应商通过 ISO 14001 认证

100%

100% 直接合作生产供应商通过 ISO 9001 质量体系认证

66 家

完成对 66 家供应商的 ESG 审核

社区参与

366 万元

宜宾奖学金项目连续助学 20 年，累计捐款 366 万元，帮助近 1,846 名学生

12 万

开展为爱安全启程志愿项目，4,014 名员工参与，共捐赠里程超 10 万公里，公司配捐 12 万元

公司治理

500+

3 次公开的业绩说明会，投资者管理团队参与策略会、反向路演等活动 500 余场

98.55%

风险管理意识培训覆盖 98.55% 员工，共计 6,724 人次参与

根据指南行事

6,000+

6 千余人次参加道德与行为准则、反贿赂反腐败、竞争法合规等合规培训

Speak up

第三方匿名举报平台“Speak up 畅言热线”保护举报人权益

100%

100% 供应商签订商业道德条款和廉洁协议

100%

员工利益冲突申报覆盖率达 100%

² 培训包括课堂培训、政策性宣贯、一对一带教、实操性培训、系统培训、EHS 培训。

ESG 治理

公司将ESG治理贯彻落实于日常运营中，建立了由总裁、TTZAB目标牵头人及ESG执行负责人为核心的三级ESG管理体系，共同承担公司ESG战略规划、统筹协调以及落实工作的责任。同时，公司通过制定和拆解目标KPI并持续追踪进展情况，推动公司ESG及战略的落地，实现高效的ESG管理。



TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND 共同迈向并超越零目标



零碳足迹
ZERO
Carbon
Footprint



零农业足迹
ZERO
Farming
Footprint



零包装浪费
ZERO
Packaging
Waste



零水浪费
ZERO
Water
Waste



零非理性饮酒
ZERO
Irresponsible
Drinking



零事故文化
ZERO
Accidents
Culture

负责任采购
Responsible
Sourcing

多元、平等和包容
Diversity, Equity
& Inclusion









以人为本
Human
Rights

根据指南行事
Living By
Our Compass

社区参与
Community
Engagement

利益相关方沟通

2023年，我们坚持积极构建多元化的沟通机制，与利益相关方建立紧密联系，保持良好有效的沟通，主动并及时回应内外部相关方的期望与需求，持续提升企业信息透明度，从而提高各利益相关方对我们的信任。

利益相关方	沟通方式	利益相关方关注点	我们的回应
 员工	<ul style="list-style-type: none"> • 问卷调研 • 线上与线下的员工活动 • 邮件沟通 • 全员及部门会议 	<ul style="list-style-type: none"> • 员工待遇 • 员工发展与培训 • 员工权益与关怀 • 员工健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立多元化员工沟通渠道 • 保障员工权益 • 提供员工培训及发展空间 • 呵护员工身心健康
 投资人与股东	<ul style="list-style-type: none"> • 定期报告与临时公告 • 业绩说明会 • 券商举办的策略会 • 投资者线上及线下路演与反路演 • 酒厂参观 	<ul style="list-style-type: none"> • 风险管理 • 投资回报 • 企业管治 • 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 举办股东大会 • 完成定期报告及临时公告披露 • 参加投资者路演等活动
 客户与消费者	<ul style="list-style-type: none"> • 消费者满意度调查 • 投诉热线 • 零售店意见反馈渠道 • 市场营销活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 高质量产品 • 多元化产品 • 完善的客户服务 • 畅通的沟通渠道 	<ul style="list-style-type: none"> • 及时响应消费者诉求 • 开展负责任营销 • 践行理性饮酒倡议
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> • 供应商信息反馈渠道 • 定期沟通交流 • 审核与评估 • 信息共享 	<ul style="list-style-type: none"> • 公平、公开、公正采购 • 供应商扶持 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立完整的供应商管理体系 • 推行责任采购 • 开展供应商培训与沟通
 媒体	<ul style="list-style-type: none"> • 定期与不定期媒体拜访 • 公司最新情况及时沟通 • 媒体品鉴会 • 酒厂参观 • 总裁专访 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司业绩 • 可持续发展表现 • 公司未来发展策略 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期与媒体沟通 • 定期披露可持续发展报告 • 举行媒体品鉴会
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> • 定期拜访与专题汇报 • 参与政府组织的调研、评选活动 • 参与政策法规的制定和修订 	<ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 依法纳税 • 带动区域经济发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 遵守所有适用法律 • 报告企业经济贡献 • 推进 TTZAB 计划 • 参与国家示范试点项目
 行业协会	<ul style="list-style-type: none"> • 加入行业协会 • 参与行业标准制定 • 参与行业内活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品质量 • 行业合作和发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 加入行业协会 • 参与行业标准制定 • 参与行业协会倡议
 产学研合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> • 开展项目课题及产学研等合作 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品研发创新 • 人才培养 • 实现共赢 	<ul style="list-style-type: none"> • 开展产学研合作

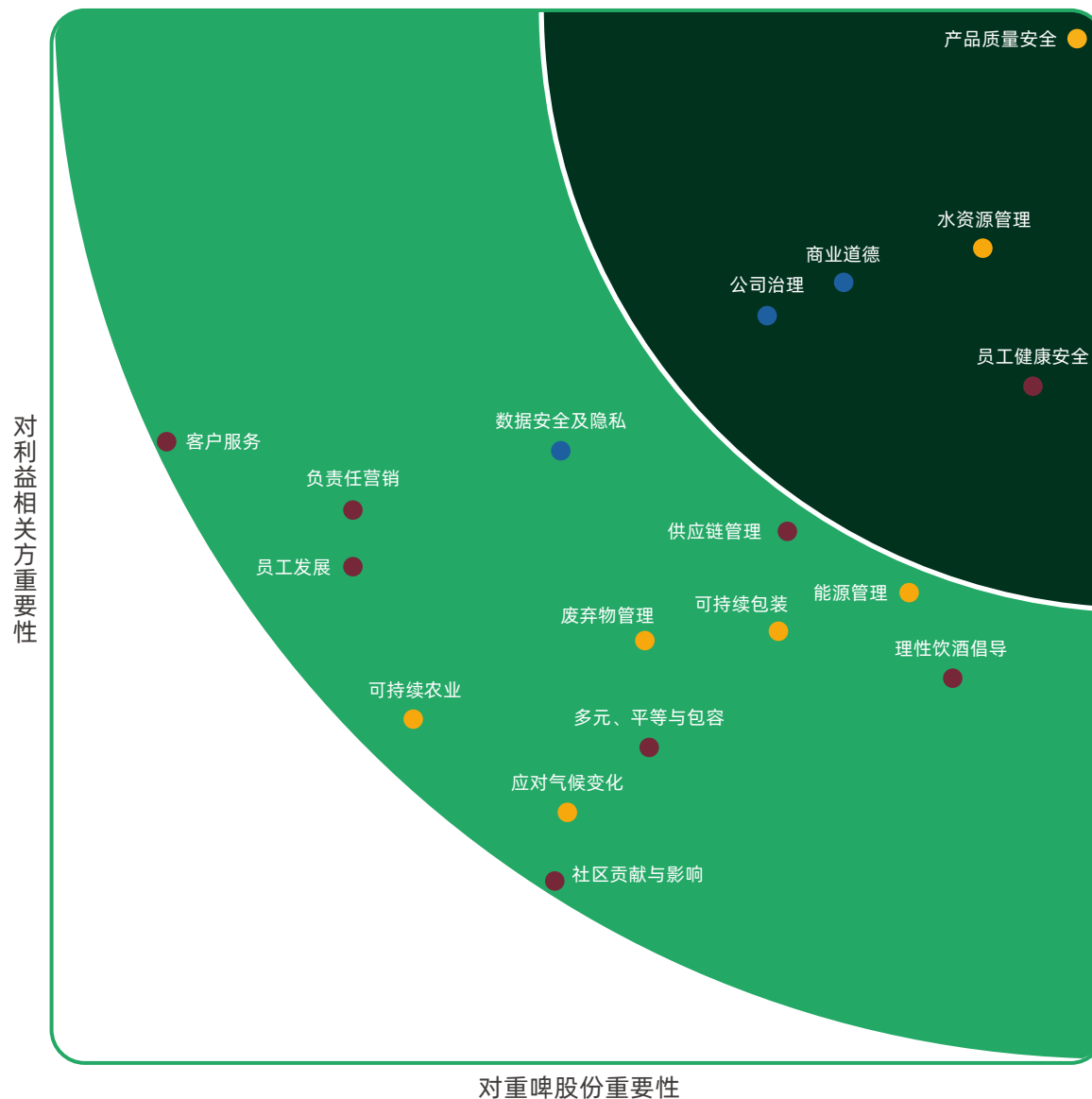
重大性议题矩阵

公司重视对可持续发展议题的识别、评估和管理。我们于 2022 年开展了利益相关方调研，综合各利益相关方的期待及诉求，形成重大性议题矩阵。2023 年，在过往基础上，我们参考最新 ESG 管治趋势、公司业务布局和发展情况、资本市场主流 ESG 评级体系和同行最佳实践，审阅并优化年度重大性议题矩阵。

高度重要议题	中度重要议题
● 产品质量安全	● 数据安全及隐私
● 水资源管理	● 供应链管理
● 商业道德	● 能源管理
● 公司治理	● 可持续包装
● 员工健康安全	● 废弃物管理
	● 员工发展
	● 负责任营销
	● 可持续农业
	● 应对气候变化
	● 理性饮酒倡导
	● 多元、平等与包容
	● 客户服务
	● 社区贡献与影响

● 环境议题
● 社会议题
● 公司治理议题

重啤股份 2023 年 ESG 重大性议题矩阵



六大零目标

TTZAB 计划是我们对不平等、气候变化和水资源短缺，以及社会健康和福祉等全球挑战的回应。该计划植根于“酿造更美好的现在和未来”的公司宗旨，并融入整体公司战略中。围绕原材料、包装、生产、物流、销售、市场推广、产品消费等各领域，我们承诺实现行业领先的六个“零目标”，包括“零碳足迹”“零农业足迹”“零包装浪费”“零水浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”，全面管理公司活动对环境与社会的影响，积极与供应商、客户、消费者和社区开展合作，采取对社会有积极贡献的行动，并致力于在 2030 年和 2040 年实现我们的里程碑目标。



- 零碳足迹 17
- 零农业足迹 25
- 零包装浪费 29
- 零水浪费 33
- 零非理性饮酒 39
- 零事故文化 44

零碳足迹

减少产品碳足迹

全球气候变暖及极端天气事件频发，使得积极应对气候变化已达成国际共识，中国也提出“双碳目标”以控制碳排放。作为啤酒行业的领军者，我们承诺在全价值链减碳方面投入更多的资源，助力更加长远的行业可持续发展转型。我们践行“零碳足迹”目标，在全价值链上采取减碳行动，覆盖公司从原材料种植、生产、包装、物流运输配送和冷却储存环节等环节，以实现2040年全价值链净零排放的总体目标。



公司高度关注产品价值链上下游的环境影响，与价值链相关方共同探索低碳发展。我们在集团指导下每三年开展一次产品碳足迹评估³，覆盖种植和加工生产原料、啤酒生产、包装材料使用、物流运输、终端冷却储存环节，并制定相应的减碳行动计划。2023年，我们基于2022年的碳排放数据和管理情况，开展了新一轮全生命周期碳排放测算工作，对全价值链范围1、2和3的碳排放情况进行深度分析。为提升价值链碳排放评估工

作的准确性，我们直接向核心供应商收集其原始碳排放数据并纳入计算。以价值链碳足迹的最大贡献者——包装材料使用过程碳排放计算为例，超过80%的排放数据直接来自于我们供应商的原始数据。2023年测算结果显示，2022年公司每百升啤酒的全生命周期碳足迹进一步下降至52kgCO₂e，较2015年下降28%，领先亚洲区域减排绩效。

开展科学、有效的价值链碳减排工作指明了方向。得益于我们在啤酒生产环节多年的减碳实践与付出，啤酒生产过程的碳排放下降显著。未来，我们将更加注重于种植和加工生产原料、包装材料使用、运输配送和终端冷藏环节的碳减排实践，并把自身碳减排的经验分享给价值链上游与下游的合作伙伴，助力2040年全价值链净零排放目标的实现。

科学、全面的全价值链碳足迹测算也为公司



	种植和加工生产原料	啤酒生产	包装材料使用	运输配送	终端冷藏	2015-2022 整体碳排放强度 (kg CO ₂ e/hl)	2015-2022 整体价值链 碳排放改变 (%)
2022年占全价值链碳排放的比例	22%	11%	45%	10%	11%	72 	下降 28%
相对2015年碳排放改变	-28%	-67%	+2%	-22%	-34%	52 	

³ 根据世界资源研究所 (WRI) 和世界可持续发展工商理事会 (WBCSD) 编制《温室气体核算体系》(GHG protocol) 中规定的范围 1、2、3 排放，并参考欧盟委员会制定的产品环境足迹 (Product Environmental Footprint, PEF) 指南 (包括啤酒类别规则) 以及饮料行业温室气体排放部门指南，开展产品碳足迹测算。

种植和加工生产原料环节的减碳行动

啤酒原材料种植和加工生产环节产生的温室气体排放占全价值链碳排放的 22%，我们响应“零农业足迹”目标，积极影响价值链上游供应商，共同采取行动，致力于推进可持续农业与可持续原材料采购，将业务生产对生态环境的潜在干扰和影响降至最低。针对种植和加工原材料环节的减碳行动详见本报告“零农业足迹”章节。

啤酒生产环节的减碳行动

在啤酒生产环节，我们持续强化能源管理体系，提升能源使用效率，优化能源结构。我们在各地酒厂推广节能减排计划，优先采购低能耗设备，并对已有设备开展节能改造，如加强设备保温性，升级蒸汽管网以降低热能损耗等。

2023 年，我们持续加大可再生能源投入，积极探索与尝试更多清洁能源替代方案，

进一步优化能源结构。目前，我们已实现 100% 绿电使用，2023 年共计使用绿电 160,207 MWh，避免碳排放量 99,648 吨，相当于植树 5.45 百万棵，或 3.66 万辆小汽车停开一年。未来我们将扩大投入资源，在佛山酒厂布局分布式光伏发电项目，计划光伏装机量达 6 MW，年发电量预估为 660 万 kWh。

2023 年，我们已实现酿造每百升啤酒的热能消耗较 2022 年从 16.86 KW 降至 16.10 KW，酿造每百升啤酒的碳排放较 2015 年降低了 75.58%。全年减少碳排放 2,568 吨，相当于植树 7 万平方米，有效降低碳排放。

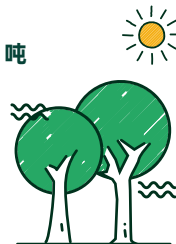
实现
100%
绿电使用



2023 年共计使用绿电
160,207 MWh



避免碳排放量
99,648 吨
相当于植树 5.45 百万棵，
或 3.66 万辆小汽车停开
一年



我们已在多个酒厂开展沼气及蒸汽等热能综合利用项目，未来将进一步推进沼气与煮沸锅蒸汽的回收利用项目。



大理酒厂从污水站回收沼气，经过处理后，供给沼气蒸汽锅炉，产生蒸汽供生产过程使用。2023 年，累计回收沼气热 784 MWh，减少碳排放量 158.49 吨。



天岛酒厂从污水站回收沼气，经过处理后，供给沼气热水锅炉，产生热水供生产过程使用。2023 年，累计回收沼气热 14.47 MWh，减少碳排放量 2.93 吨。



2023 年，库尔勒酒厂新增了沼气热水锅炉，回收利用污水站的沼气。新锅炉将于 2024 年投用，预估年产沼气 303 MWh，减少碳排放量 61.29 吨。



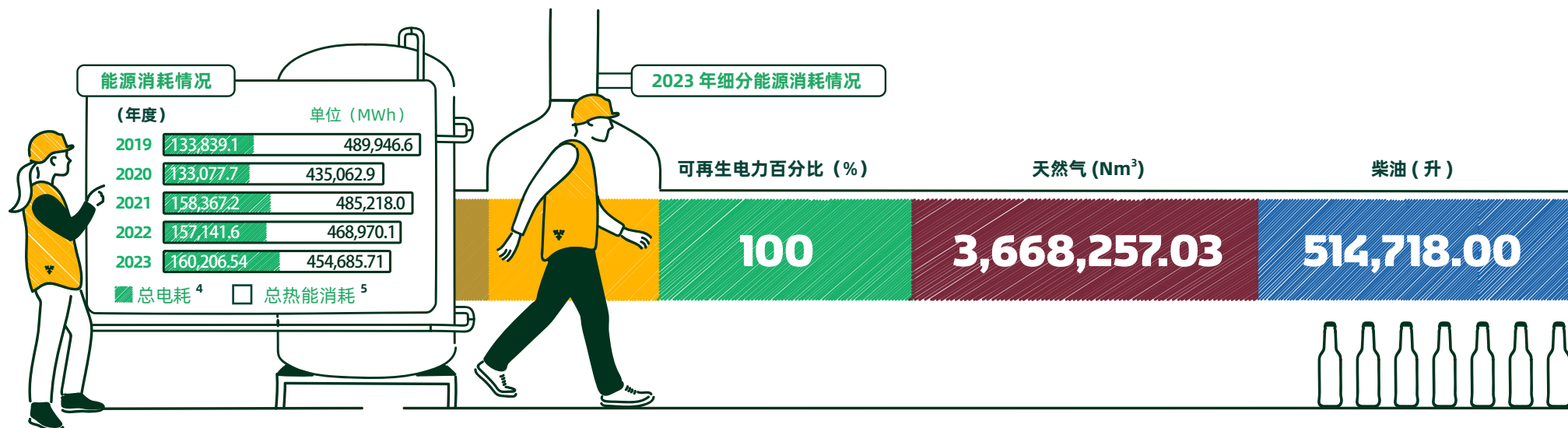
2023 年，西昌酒厂开始建设煮沸锅二次蒸汽回收系统，该系统将于 2024 年投用，预估年回收热能 2,078 MWh，减少碳排放量 420.38 吨。



沼气囊与沼气热水锅炉

热能相关数据

	单位	2023 年	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
摄于轻燃料油的总能量值	MWh	/	2,514.4	/	/	/
摄于重质燃料的能量	MWh	/	/	/	/	/
摄于天然气的能量	MWh	390,873.59	387,254.1	396,071.7	324,766.3	350,204.7
污水处理厂产生的沼气的能量值	MWh	798.68	1,318.9	1,367.1	1,136.0	931.0
煤的能量值	MWh	/	/	/	/	22,120.8
生物质燃料的能量值	MWh	/	10,167.5	28,966.4	62,223.2	60,954.5
区域供热（来自标准供热系统）热量	MWh	720,79.48	77,829.6	66,877.9	57,111.4	61,353.0
厂区所用总热量	MWh	463,751.76	479,084.4	493,283.1	445,237.0	495,563.9



④ 此处为酒厂电量消耗，不包括出售给第三方的电力。

⑤ 此处为酒厂热量消耗，不包括出售给第三方的热能。

包装环节使用材料的减碳行动

包装环节使用材料的碳排放大约占啤酒产品碳足迹的 45%，是全价值链的第一大碳排放源。为减少包装环节使用材料的碳排放，我们积极响应“零包装浪费”目标，并与供应商合作开展包装环节使用材料的减碳行动，包括推动供应商获得环境管理体系 ISO 14001 认证、国家绿色工厂认证，推动其开展光伏部署等工作，2023 年已实现瓦楞纸箱使用的主要面纸品种的生产过程零碳排放。具体详见本报告“零包装浪费”章节。

物流运输环节的减碳行动

酿酒厂、仓库、酒吧、餐馆和零售商之间的运输碳排放占啤酒产品碳足迹的 10%，是全价值链的第四大碳排放源。为减少运输环节的碳排放，公司持续推广物流车队电气化，并使用更环境友好的锂离子电池取代传统铅酸电池，2023 年电叉车的比例从 75% 上升至 79%。此外，我们与物流供应商开展相关合作，严格监测物流环节燃料的使用情况，并对司机开展燃料效率相关培训，提升供应商节能意识与环保表现。

冷却储存环节的减碳行动

啤酒冷却储存环节的碳排放大约占啤酒产品碳足迹的 11%，是全价值链的第三大碳排放源。为减少冷却储存环节的碳排放，我们践行集团提出的“购买的任何新冰箱必须使用 LED 照明以及环境友好的制冷剂”理念，自 2021 年开始实行节能冰柜项目，采购使用环境友好制冷剂的新冰箱。公司通过使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，每年降低 10% 终端能耗⁶，并有效减少制冷剂产生的温室气体排放。同时，我们持续优先采购更加高效的冰柜型号，直接降低单位产品能源消耗。2023 年我们采购的冰柜 100% 为节能冰柜。

此外，我们本年度重点对已有冰柜进行设备优化，通过加装能量管理系统，收集、分析、控制和优化冰柜输电系统性能，合理计划和利用能源，从而降低能源消耗，进而降低碳排放水平。

运营环节的减碳行动

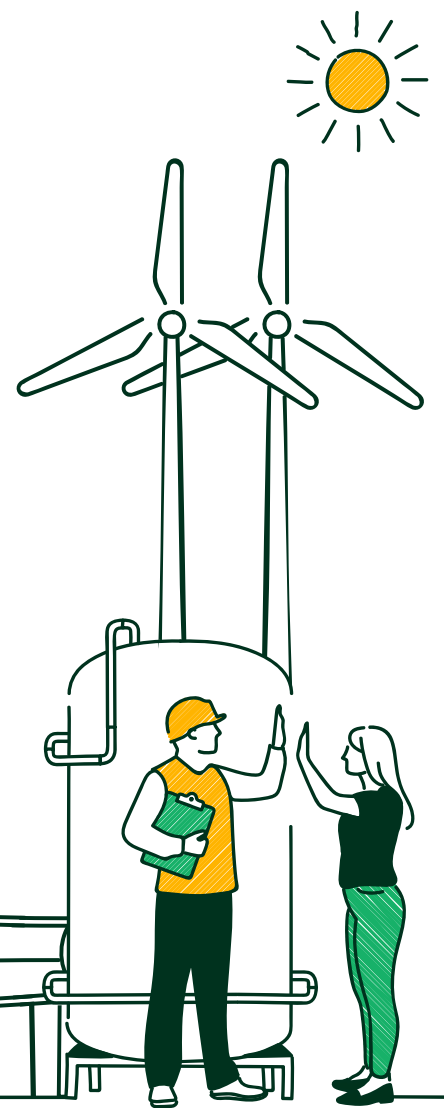
公司高度重视运营环节的节能减排意识宣贯及减碳行动。为减少员工通勤环节的碳排放，公司优先选择与碳排放水平更低的客运服务商合作。2023 年，公司在重庆酒厂完成了电动客车替代试点招标，将从 2024 年正式启动，预计将有效减少碳排放量约 3,000 吨。同时，我们致力于提升内部员工节能减排意识，开展“嘉你主意”项目，向员工征集在工作中潜在可实现的减碳、节水方面的建议，对于获奖者给予奖金与表彰奖励，形成全员参与低碳运营的氛围。

使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，
每年降低

10% 终端能耗

2023 年我们采购的冰柜

100% 为节能冰柜



⁶ 能源消费有两种形式：一种是一次性直接消费，又称终端消费；另一种是加工转换消费，又称中间消费。终端消费是对中间消费而言，是指能源不用于中间加工转换，而是直接投入到各种加热、动力等设备，用于生产和非生产活动的消费。



大竹林酒厂被授予 “国家级绿色工厂”称号

2023年，大竹林酒厂被授予“国家级绿色工厂”称号，是首个获此殊荣的酒厂。“国家级绿色工厂”称号由国家工信部开展评定，对企业基础设施、管理体系、能源与资源投入、产品、环境排放、环境绩效等方面进行综合评价。大竹林酒厂获得此称号，证明其在生产过程中的用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化等多方面均表现出色。

大竹林酒厂提高生产线效率，使用节能设备，电耗从2021年的5.12 kWh /hl，降至2023年的4.91 kWh /hl，两年共节电127万kWh。在热能方面，大竹林酒厂天然气能耗也由2021年的1.53立方/hl，降到2023年1.42立方/hl，两年共节约天然气48.3万方。同时，大竹林酒厂对啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行了全部回收利用，有效减少碳排放。



温室气体排放情况

指标	单位	2023 年	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
使用轻燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	670.7	/	/	/
使用重燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/	/	/	/
使用天然气排放的二氧化碳	吨二氧化碳	79,073.73	78,209.8	79,990.6	65,589.8	70,727.3
使用煤所排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/	/	/	7,533.5
区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统）	吨二氧化碳	21,191.37	22,881.9	19,662.1	16,790.8	18,037.8
所用热能产生的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	100,265.27	101,762.5	99,652.8	82,380.6	96,298.6
用电排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/	/	/	39,594.5
酒厂总二氧化碳排放量	吨二氧化碳	100,265.27	101,762.5	99,652.8	82,380.6	135,893.1
制冷剂的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	4,659.06	/	3,728.9	6,951.8	10,753.7
温室气体排放量（范围 1） ⁷	吨二氧化碳	83,732.79	78,880.6	83,719.5	72,541.6	89,014.5
温室气体排放量（范围 2） ⁸	吨二氧化碳	21,191.37	22,881.9	19,662.1	16,790.8	57,632.3
温室气体排放总量（范围 1+2）	吨二氧化碳	104,924.15	101,762.5	103,381.6	89,332.3	146,646.8

⁷ 范围 1 包括直接燃料排放的二氧化碳和制冷剂产生的二氧化碳。

⁸ 范围 2 包括间接燃料排放的二氧化碳。

气候相关信息披露

公司充分意识到气候变化问题的严重性和应对气候变化的紧迫性，参考气候变化相关财务信息披露工作组（TCFD）的披露建议，开展气候变化风险识别和分析工作，并从管治、策略、风险管理、指标及目标四个方面进行披露，有效管理气候相关风险，积极建立应对措施，减少气候变化对我们业务所带来的影响。

管治

公司致力于提高气候风险管理能力，设置总裁、TTZAB 目标牵头人及 ESG 执行负责人为核心的三级 ESG 管理体系，开展气候风险识别、评估和防控决策。总裁负责公司 ESG 战略方向的领导、决策，其中包含应对气候变化等议题。TTZAB 目标牵头人授权 ESG 执行负责人，负责落实日常 ESG 实践，并针对 ESG 进展包括气候变化风险识别与缓解等议题进行汇报，及时审核、检讨以改善。

策略

“应对气候变化”是我们的 ESG 重大性议题之一。为了回应利益相关方对于气候变化风险的关注，我们遵循“共同迈向并超越零目标”ESG 计划，承诺到 2040 年实现全价值链净零排放的气候目标，积极推进

TTZAB 行动计划。具体气候策略描述请参见本报告“ESG 计划”章节。

风险管理

我们开展气候变化风险识别工作，梳理识别行业及公司运行层面的实体和转型风险，明确气候变化风险清单，其中包含 2 项实体风险和 4 项转型风险。

在梳理识别行业及企业运行层面的实体和转型风险，明确气候变化风险清单之后，我们针对不同风险类别，提出了相应的风险应对与减缓措施，不断加强气候韧性和应对能力。同时，我们不断向内部及外部利益相关方教育和推广气候变化相关知识，加强各方对气候变化的认知。



气候变化风险识别及应对

风险类型	实体风险		转型风险			
风险类别	急性风险	慢性风险	政策风险	技术风险	市场风险	声誉风险
风险描述	频发的极端天气，如极端高温、极端降雨、台风和洪涝等，可能会导致土壤生产力下降，对农产品种植和收获造成较大影响，造成大麦等啤酒主要原料供应与价格波动；同时，将导致公司生产运营及物流运输中断损失，以及用于维修仓库基础设施费用增加。	气候变化导致的平均升温等慢性风险可能会导致土壤生产力下降，对农产品种植和收获造成较大影响，造成大麦等啤酒主要原料供应与价格波动，导致公司营业收入减少风险。	国际、国内的监管机构、资本市场评级指数等对企业环境相关数据的披露要求不断提升；同时，为配合碳交易的落实，政府对于企业申报碳排放数据准确性的要求提高。若公司未及时按照出台的相关法律法规、政策规定披露相应的环境信息，将面临合规风险。	支持向低碳、高效率经济体系转型的技术改进或创新可能对企业运营产生影响。一方面，企业需关注水资源、能源等使用情况对于企业成本的影响，可能导致合规和营运成本的增加；另一方面，投资或研发新型低碳技术失败将导致财务损失风险。	消费者行为的变化、市场信号的不确定性以及原材料成本的增加造成潜在市场风险。如消费者对低碳/节能产品的需求不断增加，企业却无法及时创新满足消费者需求，将导致营业收入减少风险。	对企业气候管理的看法的消费者偏好的转变、利益相关者的担忧增加或基于对解决气候相关问题的努力不足（如，未能实现温室气体减排目标）所带来的负面反馈。
应对措施	<ul style="list-style-type: none"> ● 常态化检查与预警：开展设施常态化检查工作，预防因极端天气所危害设备及人员安全等情况；密切关注天气情况，将预警信息及时通知到各岗位； ● 制定应急预案：针对极端天气制定应急预案，定期开展应急演练，保障应急预案全面落实到位，将极端天气带来的损失降到最低。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 加强高水风险评估：设立“零水浪费”目标，开展高水风险评估项目，严格把控高水风险区水资源短缺等相关风险； ● 推广可持续农业：探索推广气候友好的再生农业计划，要求供应商获得森林及其他可持续认证，加强原材料本地化采购，保障供应链稳定。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政策跟踪：对绿色低碳相关政策进行持续跟踪，包括碳定价等方面，及时对出台政策进行研究分析，加强与各监管部门及利益相关方沟通，积极回应各利益相关方诉求； ● 持续推进减排行动：在全价值链上采取减碳行动，覆盖原材料种植、生产、包装、物流运输配送和冷却储存等环节，通过加大投入清洁能源使用、热能综合利用项目、物流车队、客运车队电气化等措施，以实现 2040 年全价值链净零排放的总体目标。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 节能改造：优先采购节能设备，实行节能冰柜项目，使用不含氟利昂的制冷剂 and 节能冰柜。对目前已有设备开展节能改造工程，如维修老旧设备、加强设备保温性等； ● 提升效率：通过技术改造、改进管理措施等方式提高公司的生产效率，持续跟踪新能源技术的发展情况。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 开发低碳产品/包装：开发与研究低碳解决方案，以降低企业运营的碳强度，并为客户提供碳足迹较低的产品和包装； ● 回应客户期望：针对消费者需求，采取相应的应对措施，满足客户的期望，并对客户偏好因素进行考量。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 合规披露：确保成本信息披露的合法、合规性； ● 绿色宣传：积极应对气候变化，有意识地进行公司低碳形象的宣传，提高企业的绿色信誉度； ● 风险控制：关注因气候变化带来的风险，确保风险可控，避免因风险对企业形象造成负面影响。

指标及目标

公司每年公开披露 TTZAB 计划的进展以及关键绩效指标。具体指标及目标达成情况可参见本报告“零碳足迹：我们的进展 & 目标”“零农业足迹：我们的进展 & 目标”“零包装浪费：我们的进展 & 目标”“零水浪费：我们的进展 & 目标”章节。

零碳足迹 我们的进展 & 目标

2023 年进展	状态	2024 年计划	2030 年目标	2040 年目标
积极开展节能技改项目，包括低压动态煮沸工艺应用、热能综合利用、锅炉效率提升等项目		西昌酒厂热能回收系统投入使用，降低酒厂热能耗 佛山新酒厂的沼气热水锅炉投入使用，可回收利用沼气产生热能	所有酒厂实现零碳排放 全价值链碳排放减少 30% 所有可再生能源来自新资产（如，通过电力直购协议）	全价值链净零排放
提升酿造环节可再生电力使用比例		在佛山酒厂布局分布式光伏发电项目，计划光伏装机容量达 6MW		
相比 2022 年，我们 2023 年已实现酿造每百升啤酒的热能消耗从 16.86 KW 降至 16.10 KW，酿造每百升啤酒的碳排放较 2015 年降低了 75.58%		继续与供应商合作开展种植和加工生产原料环节、包装材料使用环节的减碳行动 持续推广物流车队电气化		
使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，每年降低 10% 终端能耗		增加环境友好制冷剂的新冰箱的采购数量		

 完成
  完成 50%
  未完成

零农业足迹

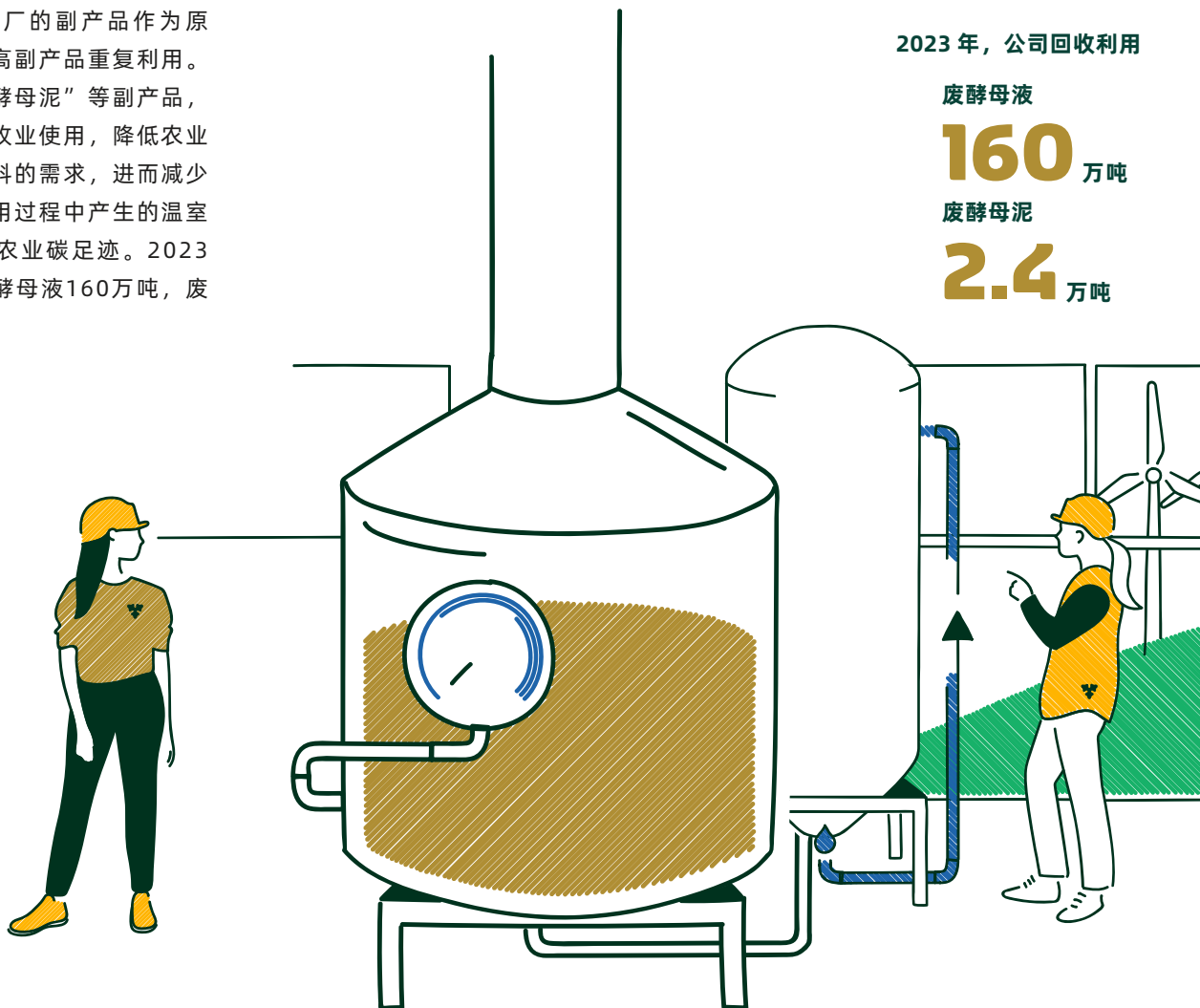
啤酒主要的制作原料包括麦芽、水、啤酒花等，因此啤酒行业的长期发展依赖于大自然与农业。但现代农业技术导致土地退化，温室气体排放增加以致气候变化加剧等问题，为啤酒行业的长远发展带来挑战。我们通过探索可持续农业计划，加强可持续原材料的利用与管理，开展生物多样性及森林保护，践行“零农业足迹”目标，即2030年前实现30%的原材料从再生农业和可持续资源中采购，2040年前实现100%的原材料从再生农业和可持续资源中采购，提升农业生态系统韧性。

可持续农业推广

基于集团与全球农业社区建立的长期合作关系，公司积极投入可持续农业领域，与原材料供应商、农民等相关方开展合作，探索推广气候友好的再生农业计划，推动建设可持续农业生产体系，保护和改善农村生计及社会公平。

公司为加强生产中原材料损耗减少与物料循环再利用，逐年提高设备综合效率⁹，减少原材料生产损耗从而提高产出率。此外，

公司致力于利用啤酒厂的副产品作为原料、土壤改良剂，提高副产品重复利用。对于“湿酒糟”“废酵母泥”等副产品，我们回收处理后供畜牧业使用，降低农业和畜牧业对饲料和肥料的需求，进而减少饲料和肥料生产和使用过程中产生的温室气体排放，有效减少农业碳足迹。2023年，公司回收利用废酵母液160万吨，废酵母泥2.4万吨。



⁹ OEE (Overall Equipment Effectiveness)，即设备综合效率，是设备负荷时间内的实际产量和理论产量的比值。

生物多样性保护

生物多样性丧失将影响土壤的组成和水质，从而影响公司所采购农作物的产量和质量，因此生物多样性保护是公司践行“零农业足迹”的重要部分。我们重视业务发展对生物多样性造成的影响，将生物多样性保护融入企业的生产运营。我们通过开展野生动物及生态系统保护行动，促进全价值链的生物多样性共识。

2023年，我们与世界自然基金会（WWF）合作开展多个基于湿地保护的水回馈项目，从水源地保护、湿地修复、水生环境监测等方面入手，在持续推动流域水资源和关键湿地生态系统保护的同时，促进生物多样性保护。湿地保护案例详见“零水浪费”章节。

可持续原材料采购管理

我们严格遵循《直接材料质量要求》《非接触材料供应商质量要求》等政策，要求供应商需标识每个产品单元及其相关数据，并在供应商审核过程中对供应商可追溯情况进行审核，保障原材料的可追溯性。

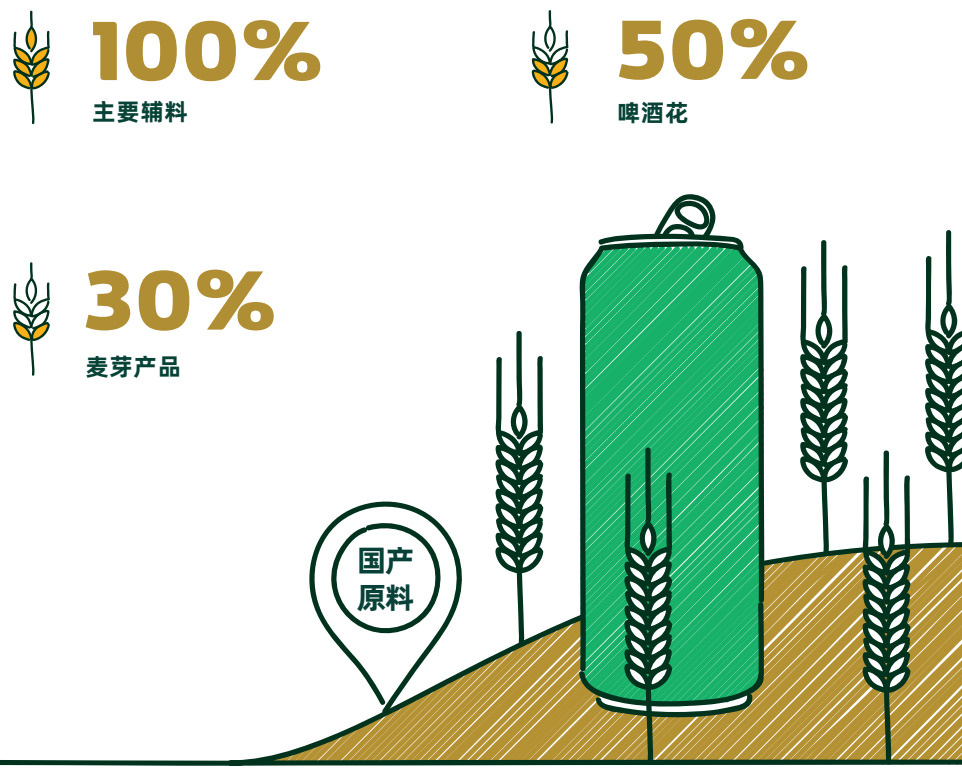
我们持续推进原材料本地化采购，优先选择靠近酒厂的原材料供应商（包括大麦，大米等），进一步缩短运输距离、提高运输效率的同时，降低产品全生命周期的碳足迹，帮扶本地经济。目前，我们100%的主要辅料是本地采购的国产原料，50%的啤酒花是本地采购的国产啤酒花，以及30%的麦芽产品实现本地化采购。未来，我们将持续提升本地化采购比例，减少远程运输产生的碳排放。

此外，公司严格遵守《中华人民共和国森林法》《中华人民共和国森林法实施条例》等法律法规及地方相关政策中的森林保护相关条例规定，推进供应商原材料管理，持续降低毁林风险。我们要求纸箱、礼盒等供应商提供的原纸材料需获

得森林管理委员会（Forest Stewardship Council, FSC）或森林认证体系认可计划（Program for the Endorsement of Forest Certification Schemes, PEFC）

认证或可持续林业倡议体系（Sustainable Forestry Initiative, SFI）等相关森林认证，最大限度地保护森林资源。

实现本土化采购





零农业
足迹

加大采购国产啤酒花， 持续可持续农业之路

啤酒花作为啤酒不可缺少的原料之一，加入啤酒中可使啤酒带有芳香的苦味和特有的香味，还能杀死啤酒生产过程中产生的乳酸菌和酪酸菌，对啤酒的腐败变质起到抑制作用。因此，啤酒花产业链的健康稳定与啤酒行业可持续发展密切相关。

啤酒花产业链的上游为啤酒花农资，中游为啤酒花种植，下游包括副加工产品与发酵产品的延伸，其中啤酒是最重要的下游市场。目前，我国国内啤酒花市场供应不足，对进口产品的依赖性增加，不利于本地农业长期的可持续发展。为积极推动国产啤酒花种植产业，公司通过与供应商签订长期合同鼓励本地种植。目前我们已实现50%的啤酒花本地化采购，在保障优质优价提升品质的同时，节约水资源、农业用地与运输燃料，缩短供应距离，保证原材料供应稳定。



零农业足迹

我们的进展 & 目标

2023 年进展	状态	2024 年计划	2030 年目标	2040 年目标
与 WWF 合作，在重庆、云南昆明、江苏常州等地开展局部生态系统修复、黑颈鹤保护、局部农业改造等生物多样性保护项目。		持续开展生物多样性保护项目	30% 原材料从可再生农业和可持续资源中采购	100% 原材料从可再生农业和可持续资源中采购
我们 100% 的主要辅料是本地采购的国产原料，50% 的啤酒花是本地采购的国产啤酒花，以及 30% 的麦芽产品实现本地化采购		持续提升国产原料采购比例，减少远程运输产生的碳排放		

 完成
  完成 50%
  未完成

零包装浪费

随着世界面临资源短缺的问题日益严重，尽量减少包装材料浪费，从源头减少资源消耗和废弃物，已成为全球趋势与共识。我们基于“零包装浪费”目标，承诺到2030年之前实现包装100%可回收、可再利用、可再生；啤酒瓶和易拉罐90%的收集和回收率；减少50%原生化石基塑料使用；啤酒瓶和易拉罐使用50%再生成分，积极践行可持续包装实践，通过可持续包装设计、包装材料循环利用等举措，减少包装浪费与环境污染，切实推进行业绿色包装转型。

可持续包装设计

公司积极开展创新合作，推动可持续包装设计，促进包材绿色环保、包装轻量化。我们依据《环境政策》¹⁰，积极与供应商合作减少包装材料的消耗，促进包装材料的再利用和再循环；要求在新的包装类型推出市场前，必须接受生命周期评估（LCA）或类似的环境评估，以减少包装对环境带来的影响；并致力于在改进和建立环保型饮料包装系统方面发挥积极作用，从而减少包装材料消耗，降低其对环境的负面影响。

绿色包材选择

我们持续创新研发，对于产品包装开展绿色设计。对于啤酒行业，无论是在生产还是运输过程中，易拉罐相较于玻璃瓶易储存、成本更低。啤酒产品主要采用铝制二片罐，体积小、重量轻且回收利用率高，生产能耗较玻璃瓶更小且更加环保。因此，本年度我们重点提升产品罐化率，逐步提升罐装产品占比。相较于2022年，2023年我们的产品罐化率增长4.2%，有效减少包材消耗。

此外，我们针对原料外包装采用了散装或可回收材料制成的吨包装袋，在降低原料（大米，淀粉，麦芽等）运输过程中的包装材料消耗量的同时，减少包材废弃带来的环境污染。

包装轻量化

包装轻量化是指用更少的材料生产包装，对包装进行减重，不仅可以节约资源与成本，还有助于减轻环境负担。在采购环节，公司使用轻量 and 含 >60% 再生材料的玻璃瓶，本年度减少原生玻璃材料1万吨，减碳超3,000吨，同时搭配环保油墨和不含PVC材料的标签和瓶盖，最大程度减少材料对环境的污染，以实现“2030年包装100%可回收、可再生、可降解”目标。

2023年，我们还重点开展缠绕膜、纸箱、玻璃瓶等包装减量工作，有效减少资源浪费。

缠绕膜减重：

已推动19家酒厂实施缠绕膜厚度减薄20%项目，目前各酒厂测试陆续完成，预计2024年全部完成测试并开始投入使用。

玻璃瓶减重：

开展620ml乌苏玻璃瓶减重项目，实现瓶重从480g降至460g，后续将正式投入使用。此外，我们重点优化凯旋1664玻璃瓶设计，降低其玻璃瓶重量。

纸箱减重：

已在8个酒厂完成纸箱减重试验，将陆续切换使用并推广至所有酒厂。国际品牌和本土品牌的面纸克重降低30g，瓦楞纸和里纸克重统一，年度减少纸材用量3,800吨，减少碳排放约3,100吨。

案例

开展供应商瓦楞纸箱配纸优化项目

2023年，我们与供应商合作开展瓦楞纸箱配纸优化项目，把面纸成功从170克减重为140克。项目经评估后率先在云南、重庆区域试点实施，并要求供应商预先具备相关原料、设备、技术工艺等准备。未来，我们将逐步推广到全国所有区域和供应商，预计可带来5%的用纸节约。按目前用纸量计算，年度节约用纸约为3,800吨，相当于少砍伐7.6万棵树。

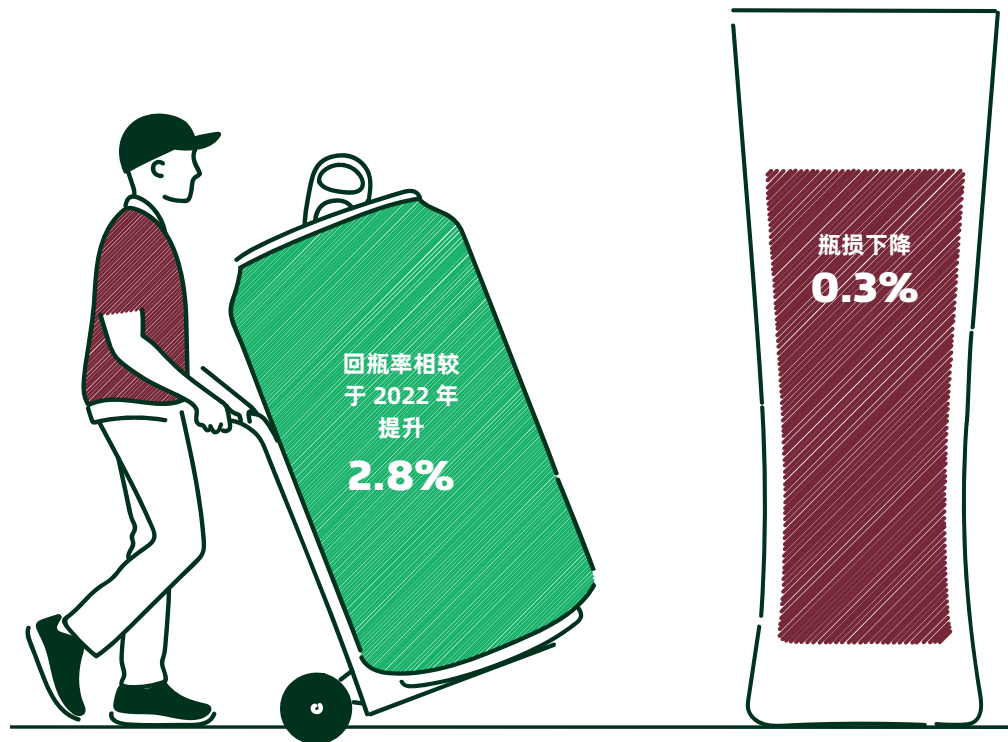


¹⁰ <https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37606/environmental-policy.pdf>

包材循环利用

我们全面推进包装回收再用，并通过创新改进，持续优化包装组合，减少包装材料对环境的影响。我们对于酒厂生产过程中使用及报废的废纸箱、废托盘、废塑箱、废编织袋及废胶桶等废弃物资，已实现100%由本地有资质的第三方回收商进行回收再利用，有效推动废弃物循环利用。我们对生产过程中的铝材边角料回炉进行回收，制成再生易拉罐，以二次使用，并对于包装环节涉及的可回收玻璃瓶及玻璃渣由相应供应商进行回收并回炉再造。

2023年，我们继续开展多项回瓶项目，通过优化回瓶网络，鼓励经销商扩大回瓶覆盖范围，持续推动经销商回瓶绩效改善，降低包装和废弃物对环境造成的影响。2023年，公司整体回瓶率相较于2022年提升2.8%，达74.3%，瓶损下降0.3%。



案例

嘉士伯品牌联手时尚品牌 FMACM 从衣开始，助力环保新风尚

嘉士伯品牌携手合作中国本土原创潮流品牌FMACM，以“绿动新生 从衣开始”为主题，推出“都市绿动环保系列”联名限量礼盒，该系列产品采用再生环保材料为主要面料，并暗藏“一物多用”玄机，如由旧衣循环再生的多功能地垫既可以当野餐垫、防雨披风，也可以当户外吊床来使用。

此次跨界合作使得时尚焕发新生，帮助消费者了解并传递嘉士伯品牌与FMACM所倡导的“浪而不费”的潮流生活方式。未来，嘉士伯品牌将继续致力于环保相关命题，主张呼吁对资源良性循环的重视和绿色环保新生的倡导，将可持续发展理念传递给全世界。



“都市绿动环保系列”产品



零包装 浪费

与经销商合作押金制， 保障回瓶率提升

在当前市场上，啤酒的包装形式多样，但瓶装啤酒因其独特的品味体验和便利性仍然是消费者的首选。为了促进玻璃瓶的循环利用并减少环境影响，我们采取了一系列创新和优化措施，致力于提高玻璃瓶回收的效率和范围。

2023年，我们开展了红乌苏回瓶项目，积极与经销商合作押金制，搭建回收机制和基础配套设施，红乌苏回瓶率相较于2022年提升7.80%，以促进啤酒包装环节的回收与循环利用，降低环境影响并减少碳足迹。



零包装浪费 我们的进展 & 目标

2023 年进展	状态	2024 年计划	2030 年目标
针对包装环节涉及的可回收玻璃瓶及玻璃渣进行回收		加强包装环节的废弃物回收	100% 包装可回收、可再利用、可再生 啤酒瓶和易拉罐的收集回收率提升到 90% 减少 50% 原生化石基塑料使用 啤酒瓶和易拉罐使用 50% 再生成分
已在 8 个酒厂完成纸箱减重试验，实现国际品牌和本土品牌的面纸克重降低 30g，瓦楞纸和里纸克重统一，年度减少纸材用量 3,800 吨，减少碳排放约 3,100 吨		持续提升本地化采购比例，减少远程运输产生的碳排放	
开展 620ml 乌苏玻璃瓶减重项目，实现瓶重从 480g 降至 460g		减重后的 620ml 乌苏玻璃瓶投入使用	
开展多项回瓶项目，优化回瓶网络。2023 年，实现红乌苏回瓶率相较于 2022 年提升 7.80%；公司整体回瓶率相较于 2022 年提升 2.8%，达 74.3%，瓶损下降 0.3%		扩大回瓶覆盖范围，提升整体回瓶率	

 完成
  完成 50%
  未完成

零水浪费

水资源是啤酒行业至关重要的资源之一，啤酒生产过程耗水主要包括啤酒生产用水，以及厂区内的生活用水，同时在水资源的生产、输送和污水的处理过程中会产生碳排放。我们通过开展综合水资源管理，致力于实现2030年“零水浪费”的整体目标，包括公司范围内水耗达到2.0 hl/hl,高水风险地区啤酒厂的水耗达到1.7 hl/hl，以及通过推动高水风险地区啤酒厂实现100%水回馈而保护自然界的共享水源。

水资源管理

公司设立了专业的水资源管理团队，全面监控和优化水资源使用，引入了先进的节水技术，减少生产过程中的水耗。此外，我们还加强员工的水资源培训，与社区合作水资源保护项目，提高水资源保护意识。

自启动“共同迈向零目标”ESG计划至今，我们在提升水效，节约用水方面已卓有成效。对比2022年，2023年我们总节水量超过25.4万吨，年平均单位水耗降低5.8%，达2.11 hl/hl，远远领先于中国啤酒行业3.2 hl/hl的平均水平。对于2030年酒厂平均水耗降低至2.0 hl/hl 以下的目标，目前公司已有5家酒厂提前实现了这一目标，展示了我们对于水资源可持续利用的决心。

加强水资源风险管理

公司严格遵循《中华人民共和国水法》等水资源保护法律法规，不断健全水资源管理体系。我们积极开展水资源风险评估，定期评估水资源的缺乏程度，并采取适当行动确保水资源能够长期供应。对于缺乏水资源的地区，我们与当地社区合作，重点管理位于高水风险地区¹¹的酒厂，通过更进一步降低水耗、参与水权交易等方式，积极管理酒厂的水资源相关风险。

2023年，对于已识别到的中国7个高水风险地区，我们已完成6个工厂的地下污水处理厂项目，乌鲁木齐工厂污水处理厂项目已被列入《国家鼓励的工业节水工艺、技术和装备目录（2023年）》，我们位于高水风险区的酒厂年平均单位水耗为2.01 hl/hl。

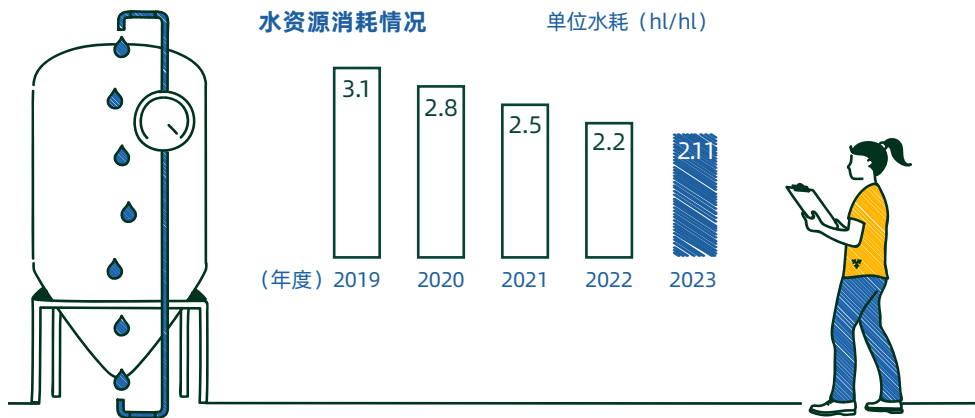
案例

银川酒厂参与“水银行”交易，实现环境效益与经济效益的双赢

2023年10月18日，银川酒厂和宁夏共创土地运营开发有限公司在银川市贺兰县签订协议，出售公司40万立方米用水权，转让给宁夏英力特化工股份有限公司热电分公司，总价为32万元。宁夏是全国首个将用水权交易纳入公共资源交易平台的省区，而本次交易也是宁夏首例国有企业参与的工业用水权指标收储交易，银川酒厂作为卖方，实现了水资源向“水资产”的转换。“水银行”交易不仅推动了该地区水资源的有效利用，作为节水企业的银川酒厂也得到了额外的收益，实现了“双赢”。



工业用水权交易签订现场



¹¹ 2020年集团和世界自然基金会（WWF）合作开展水风险评估工作，已识别17个高水风险地区，其中7个为中国地区，包括常州、重庆、库尔勒、银川、昆明、乌鲁木齐、乌苏。

推进节水项目

我们旗下各酒厂通过多项举措，有效提高水资源利用率。在生产中，将节水目标逐级分解，节水措施贯穿酿造工段、包装工段等整个生产流程，同时每年定期升级改造生产设备，提升了设备运行效率并降低水耗。未来，我们将继续提高酒厂的节水能力，即将建成的佛山酒厂更将成为行业领先的节水典范，彰显公司对于水资源保护的态度。



水资源相关数据

指标	单位	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
自备井水	立方米	352,450.00	451,203.0	470,627.0	503,297.0	261,898.0
城市自来水用量	立方米	5,320,551.69	5,459,109.4	5,944,091.6	5,466,992.4	6,215,047.8
地表水	立方米	403,905.00	380,982.0	472,525.0	485,496.0	717,632.0
总取水量	立方米	6,076,915.69	6,291,294.4	6,887,243.6	6,455,785.4	7,194,577.8
酒厂总耗水量	立方米	5,967,120.60	6,221,452.7	6,792,689.5	6,384,578.6	6,958,425.7

案例

大竹林酒厂开展全员节水点梳理

大竹林酒厂自2020年3月启动“灯塔”项目以来，从现状水耗数据着手，层层分解，并绘制了水管网图，细化用水点，寻找节约用水机会，最终梳理出各项节水措施255项，同时识别出各部门排名前五位的水耗关键节约点。2023年，对于识别出的拉罐啤酒容易在杀菌机罐底凹槽残留废水的情况，大竹林酒厂对杀菌机进行改造，在出口端增加出口风刀，将罐体底部聚集的水反向吹进杀菌机，以解决残留问题。该举措使得每罐啤酒大约节水3毫升，即每生产1百升啤酒，可节约0.006百升水。2023年，大竹林酒厂水耗达1.7 hl/hl，是集团全球节水冠军。



重庆大竹林酒厂生产线

2023 年公司获得多项节水荣誉：



乌鲁木齐酒厂获得 2023 年“自治区工业领域节水标杆企业”



石柱酒厂获得 2023 年石柱县“县级节水型企业”



大理酒厂获得 2022 年国家级“水效领跑者”称号



银川酒厂获得 2022 年贺兰县“市级节水型企业”



勃克酒厂获得 2022 年鄯都区“水资源管理及节水管理先进单位”

提高水资源循环利用效率

我们持续加大各酒厂水资源循环利用资源投入，提高水资源重复利用效率。目前，已在乌鲁木齐酒厂、乌苏酒厂、伊宁酒厂、银川酒厂、大竹林酒厂、梁平酒厂等酒厂投用了中水回用系统。2024 年，库尔勒酒厂和昆明酒厂也将投用中水回用系统。中水再生水用于酒厂区域的绿化、冲厕和设

备冷却水等用途，以减少废水排放，最大化节约水资源。2023 年，我们的中水回用总量达到 17.64 万吨。截至 2023 年 12 月底，累计中水回用量超过 212,000 立方米。



案例

佛山“海绵酒厂”将成为集团全球样板

正在建设的佛山酒厂，采用了“海绵酒厂”的理念进行规划设计，在可再生能源、智能节能系统、循环利用水资源和选用绿色节能建筑材料等方面进行投入。“海绵酒厂”的最大亮点是在地下建立了四个巨大蓄水池，总容积达 3,000 立方米的雨水收集处理系统，可有效地缓解排水问题，减少洪涝灾害的风险，并将收集的雨水，经过专门过滤和净化处理后，用于厂区绿化、车间清洁和非工艺接触的生产用水，有助于进一步节约淡水资源，减少废水排放。该酒厂预计将于 2024 年第二季度建成投产。



佛山酒厂航拍图

保护和补充自然水源

我们高度关注运营地所在河流域生态环境健康状态，积极与当地社区和公益机构开展合作，支持保护和恢复水源的环保项目。

2023年年底，我们确定了与世界自然基金会 WWF 的水回馈合作项目。项目针对公司高水风险酒厂所在地，评估酒厂对当地生态系统的影响，并制定了 2023-2025 三年项目规划，目标是补充和改善流域的水源。

对于项目确定的三个长江流域的高水风险

地区，包括云南省寻甸黑颈鹤省级自然保护区、重庆市三大湿地（梁平区云龙镇三清村湿地、城口锅底凼高山草甸、城口河鱼平溪山地小微湿地），以及江苏省天目湖社渚河区域，我们将开展湿地修复、农业项目改造、能力建设和监测计划等行动，预计到 2025 年将三个区域所在地的酒厂生产环节的用水量 100% 补充和回馈给大自然。



预计到 2025 年将三个区域所在地的酒厂生产环节的用水量

100%

补充和回馈给大自然





零水浪费

银川酒厂开展中水回用及中水外送项目，保护水资源



2022年，银川酒厂投资建设了一座日污水处理能力400立方米的污水处理站，将工厂达标排放的污水进一步处理，有效通过深度技术处理再次降低污水中的化学需氧量、异味和悬浮物等杂质。酒厂将中水回用于厂区绿化、冲厕和设备冷却，每年可节约自来水5万余立方米，水耗下降为2.25 hl/hl。

在降低自身水耗的同时，酒厂在2023启动了中水外送项目，成为银川市贺兰县第一家推行中水循环利用的企业。该项目在厂区内开挖并铺设了一条长度为230米的地理中水管道，通过加压泵将中水从蓄水池送至取水点，每年可免费提供7,500吨中水，用于所在园区和社区的环卫用水，极大缓解了当地的市政供水压力，也提高了污水再生利用的回用率。



零水浪费

我们的进展 & 目标

2023 年进展	状态	2024 年计划	2030 年目标
<p>采用先进技术、工艺和设备改造，对生产过程中产生的废水进行再生利用</p> <p>对比 2022 年，2023 年总节水超过 25.4 万吨，年平均单位水耗下降 5.8%，达 2.11 hl/hl，远远领先于中国啤酒行业 3.2 hl/hl 的平均水平</p>		<p>库尔勒和昆明酒厂中水系统投入使用，降低酒厂水耗</p> <p>佛山项目“海绵酒厂”建成投产</p>	<p>公司范围内水耗达到 2.0 hl/hl，高水风险地区啤酒厂的水耗达到 1.7 hl/hl</p>
<p>开展水权交易</p> <p>大竹林酒厂开展全员节水梳理</p> <p>2023 年，我们位于高水风险区的酒厂年平均单位水耗为 2.01 hl/hl</p>		<p>持续开展水资源风险评估，对位于高水风险地区酒厂开展节水项目</p>	<p>高水风险地区啤酒厂实现 100% 水回馈</p>

 完成
  完成 50%
  未完成

零非理性饮酒

随着生活水平的提高，消费者的健康意识不断增强，对良性消费习惯的追求日益凸显。我们秉承理性饮酒主张，践行理性饮酒倡导的社会责任，为建设和谐文明的酒类消费环境贡献智慧和力量。

我们的“零非理性饮酒”目标，郑重承诺在2030年之前通过包装和品牌活动实现100%理性饮酒信息覆盖，确保100%的市场建立理性饮酒的合作伙伴关系，并努力将全球35%的产品升级为低醇或无醇产品

($ABV \leq 3.5\%$)。我们持续向公众传递理性饮酒理念，以确保消费者在购买酒精产品时能够获得最可靠的信息。同时，我们积极开展“拒绝酒驾”“预防未成年人饮酒”“适量饮酒”等方面的宣传活动，以塑造业界健康负责的品牌形象。

倡导负责任行为

我们严格遵照《市场沟通政策》¹²，全面贯彻落实并积极倡导员工理性饮酒，以及

引导公众安全驾驶、拒绝酒驾，让美酒更好地服务人们美好生活的同时，推动酒业持续、健康、和谐地发展。

倡导员工理性饮酒

为更好地内部推广理性饮酒文化，我们要求新入职的与营销相关的员工在入职时完成《市场沟通政策》的学习和培训，并定期进行年度回顾学习。我们已制定《员工手册》，强调总部员工必须遵守理性饮酒

倡议，明确在工作期间所有员工都不得饮酒，并在推广啤酒产品的沟通过程中积极引导理性饮酒。

引导安全驾驶

我们致力于保障公众理性文明驾驶，拒绝酒驾，多年来通过与重庆市文明办、重庆市公安局交巡警总队等单位合作，积极展开“拒绝酒驾”主题公益宣传活动，提升消费者安全驾驶意识。

案例

“理性饮酒——交通安全进企业”活动

2023年12月，乌苏酒厂与乌鲁木齐经开区（头屯河区）交警大队金石路中队共同举办“理性饮酒——交通安全进企业”活动，鼓励大家主动抵制酒后驾驶等严重交通违法行为。通过此次活动，我们希望引导消费者形成健康、科学、合理的饮酒观念，理性对待酒品，提升安全驾驶意识。



“理性饮酒——交通安全进企业”活动现场



¹² https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37609/marketing-communication-policy_eng_sep-2019.pdf

提供无醇、低醇产品

公司积极拓展产品品类，以满足消费者日益追求健康和多元消费需求。我们不断丰富无醇和低醇啤酒产品矩阵，于2023年推出风花雪月低醇系列，赋予消费者更多的选择权，确保消费者能够买到满意的无醇和低醇产品，帮助消费者做出明智的选择。2023年，我们已量产并销售的无醇和低醇产品如下：

啤酒名称	酒精度	类型	产地
重庆 0.0% 无醇啤酒	<0.05%vol	无醇啤酒	重庆
风花雪月柠檬味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	昆明华狮
怡乐仙地柠檬味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	广东惠州
风花雪月桃花低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	昆明华狮



案例

推出风花雪月低醇系列啤酒

风花雪月致力于研发无醇和低醇产品，将产品矩阵丰富起来。目前，低醇系列已进入量产阶段，并向全国市场迈进。该产品既可以满足消费者饮食和社交需求，又可以降低对身体健康压力。我们期望通过提供更多元的选择，满足消费者的需求，同时积极响应“零非理性饮酒”目标。

低醇系列产品涵盖桃花味和柠檬味，桃花味代表着云南的特色风味，我们希望让全国消费者都能感受到云南春天的清新之美。未来还将推出更多口味。全线产品融合了天然花果香气，坚持将甜味、果味与啤酒完美融合，为消费者呈现更清爽、无负担的低度啤酒饮品。



1.5度风花雪月轻酿啤酒系列

负责任营销

公司高度重视负责任营销，为消费者提供清晰、明确、可靠的产品信息，避免因虚假宣传导致过度营销行为发生，切实保障消费者的合法权益。

成分信息管理

我们遵循《市场沟通政策》，在产品标签上提供真实的成分信息、保质期、酒精度数、产品标准和等级。通过透明而准确的产品信息，我们帮助消费者做出合理的购买决策。

明确标识提示

为提升消费者对理性饮酒的认知，我们在所有产品上标注“过量饮酒，有害健康”的警示，引导消费者形成理性消费习惯。同时，我们正在推进在产品上补充添加“孕妇和未成年人禁止饮酒”、“酒后请勿驾车”等标识，以及在在线销售平台的产品介绍页面上增加相关提示语，切实贯彻负责任的营销原则。

负责任营销培训

我们致力于倡导负责任的饮酒文化，强调与营销相关的员工必须在入职时完成《市场沟通政策》的学习和培训，并进行年度回顾学习，确保他们充分了解公司对酒品营销话术的标准。我们将《市场沟通政策》纳入经销商和市场部供应商合同附件，要求所有经销商和供应商在市场活动中严格遵守我们的理性饮酒倡议。

理性饮酒宣传

我们积极引导客户和消费者深入理解理性饮酒倡议。通过举办啤酒节、音乐节等多样活动，以创新的告示牌和富有趣味的游戏体验等形式，现场向公众和消费者传递理性饮酒的信息与倡导，以期激发更广泛的社会共鸣，提高大众和消费者对理性饮酒的认知。

案例

音乐节活动现场设置“理性饮酒”专区

11月22日，2023中国攀岩自然岩壁系列赛（云南大理漾濞站）在漾濞县石门关景区开赛，聚集来自全国18个省份的攀岩运动员。公司旗下风花雪月品牌在期间举办了“躺听”音乐会，除了携手草莓熊乐队、歌手邹邹 Lexi、阿垚带来精彩演出，还在现场设置了理性饮酒宣传专区，持续向消费者们推广理性饮酒理念和健康的生活方式。



风花雪月活动设立理性饮酒宣传专区

2023年6月23日至24日，新疆乌苏啤酒音乐节在乌鲁木齐国际会展中心开唱。这是乌苏啤酒首次在乌鲁木齐举办大型音乐节，连续两日的活动用“音乐+啤酒”为消费者带来一场盛夏狂欢。同时，为进一步向消费者传递理性饮酒的理念，本次音乐节现场还专门设立理性饮酒活动展示区，通过游戏互动，提升消费者理性饮酒意识。



乌苏啤酒音乐节设立理性饮酒活动展示区

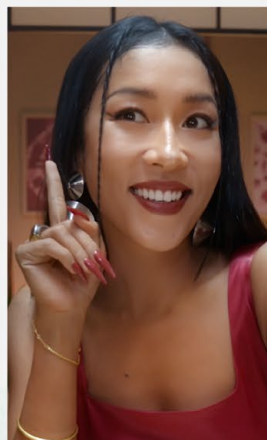
*艺人排名不分先后

零非理性 饮酒

“适量饮酒 快乐生活” 全国 理性饮酒宣传周

美好生活需要美酒相伴，作为中国理性饮酒发起方之一，公司多年来致力于向全社会倡导科学、健康、适度的理性饮酒文化。公司连续11年参与由中国酒业协会主办的全国理性饮酒宣传周活动，向广大消费者和公众传递我们的理性饮酒理念。

今年我们邀请旗下品牌多位明星代言人，迪丽热巴、赵露思、GAI、张颜齐、吉克隽逸等一众大咖一起倡导适量饮酒、快乐生活。通过代言人的社会影响，更广泛的传播理性饮酒理念，推动社会形成“未成年人不饮酒”和“喝酒不开车”的风尚。



大理啤酒品牌代言人



1664全球品牌代言人



夏日纷品牌代言人



重庆啤酒品牌大使



乐堡品牌代言人

“全国理性饮酒宣传周”

TOGETHER  TOWARDS

共同迈向并 **ZERO &**
超越零目标 **BEYOND**

零非理性饮酒

我们的进展 & 目标

2023 年进展	状态	2024 年计划	2030 年目标
100% 包装含有过量饮酒有害健康的理性饮酒标签，未来将进一步增加理性饮酒标签信息丰富度		继续在所有产品一级包装上添加饮酒年龄限制、禁止酒后驾车等等理性饮酒标签	通过包装和品牌活动实现 100% 理性饮酒信息覆盖
与中国酒业协会合作，通过积极参与全国理性饮酒宣传周，积极传播理性饮酒理念 已告知部分经销商需开展理性饮酒宣传		在市场中持续推广和开展理性饮酒宣传合作	100% 的市场都建立了合作伙伴关系，以支持理性饮酒
已推出 1 款无醇啤酒		持续研发和推出无醇产品	100% 市场推出无醇啤酒
已推出 3 款低醇产品，其中本年度新推出风花雪月低醇桃花味啤酒			产品组合中 35% 是啤酒低醇或无醇啤酒 (ABV ≤ 3.5%)

 完成
  完成 50%
  未完成

零事故文化

我们重视公司员工和第三方相关人员的健康与安全，严格遵循安全标准开展生产运营活动，确保啤酒厂、仓库、办公室以及道路等场所均处于安全健康的环境中。我们始终以保护员工的健康和生命安全为核心价值观，严格执行项目管理流程和规范，秉承“零事故文化”目标，致力于实现到2030年零事故发生。

安全生产

公司从制度体系、管理举措和技术方面，持续夯实安全生产管理基础，积极提升员工安全防护意识，为员工的安全生产提供全面保障。

安全管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》及《中华人民共和国职业病防治法》，并参照《操作手册》《健康和安全管理政策》¹³，制定《环境健康管理政策》《环境职业健康管理手册》等63项管理制度和程序，逐步完善安全管理体系。

管理体系认证

截至报告期内，公司旗下酒厂均已获得ISO 45001职业健康安全管理体系认证，并对100%酒厂开展每年一次的内部审查及三年一次的外部审查工作。



ISO 45001 职业健康安全管理体系证书

内部评估体系

公司严格按照 COM (Carlsberg Operation Manual) 标准，针对员工健康安全进行集中化、标准化管理。我们建立 SHAPE 评估体系，涵盖 EHS 成熟度评估系统及自评整改机制，并根据经营所在地要求，持续更新和完善公司 EHS 管理体系。



旗下酒厂

100%

获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证

SHAPE 评估体系

SHAPE (Safety and Health Assessment Program Excellence) 是公司 EHS 综合管理系统，其中包含涉及 EHS 管理、安全与健康以及环境的共计 63 个程序，不断改善各酒厂健康安全管理水平。我们每年根据实际需求对系统进行更新与升级，并每年开展覆盖所有酒厂的系统审核。2023 年，我们在 SHAPE 中加入二氧化碳、氨气、动火作业等风险控制关注点，以及澄清各评级的标准，逐步提升安全管理要求。

SHAPE EHS 成熟度评估系统

我们建立 EHS 成熟度评估系统，并分别对 EHS 管理、预防性程序、酒厂情况及人员管理四大方面进行成熟度评估。针对安全与健康，我们对高风险的作业程序、车辆与行人、保护措施、职业健康、通用安全项目、有毒物质等安全指标的管理成熟度进行检查和管控。此外，在环境方面，我们对环境合规、公用工程消耗与减少、环境项目等安全指标进行评估改进。该评估系统旨在澄清每个安全指标的评级要求，帮助我们发现在 EHS 制度体系上管理的不足和待提升风险点，为公司指明 EHS 方面的提升方向。

SHAPE 自评整改机制

我们要求相关员工每年对有关程序和健康安全措施进行 COM 自我评估。员工通过回顾自身实践、设施设备是否符合制度要求，识别需整改项目，直到确保所有工作实践都符合我们的职业健康安全管理体系要求。

¹³ <https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37607/health-and-safety-policy.pdf>

安全表现与管理层绩效挂钩

为践行零事故文化，公司要求管理层身体力行，并呼吁所有员工积极参与。我们设立了与“零事故文化”相关的绩效指标，涵盖总裁、副总裁和各业务单元总经理等各层级管理人员。我们将“零损失工时事故”指标纳入绩效考核，以确保每位管理人员在安全责任上有明确的责任意识，降低健康安全风险。

安全生产实践

我们秉承职业健康安全管理体系统，采取一系列措施确保员工健康与安全，全面保障员工在工作中的安全和健康。

劳保用品发放

我们为相关员工提供劳保用品，并在各岗位或区域进出口张贴要求佩戴个人劳保用品的标识牌。同时，我们制定劳保用品相关管理制度，为相关员工提供年度安全培训，并定期对员工佩戴情况进行检查，以保障员工生产过程中的职业健康安全。



安全生产检查

我们严格规范员工生产安全标准，积极开展安全巡逻、安全整改等举措。2023年，公司参照 SPRINT 发布的健康安全相关要求，进行安全标准自评，识别差距并整改。2023年，公司设定的行为安全检查目标为6起/人/年，主管及以上的现场安全巡线次数大于80次/人/年，以提升安全生产区域的风险管控水平。截至报告期末，公司整体安全标准自评符合率已达97.9%，其中关键要求的符合率达99.4%。



厂内交通安全改善

物流区一直是啤酒厂内风险最大，造成事故严重程度和数量最高的区域。因此，我们提出全面的交通三区划分理念，将酒厂划分为行人禁区、车辆禁区、人车共存区，并最大限度的将人车共存区域缩减到最小范围，结合时空隔离要求和人车主动防御系统，中国酒厂物流区全面实施三区管理，从根本上，消除物流区交通安全风险，保障员工的健康和安全。



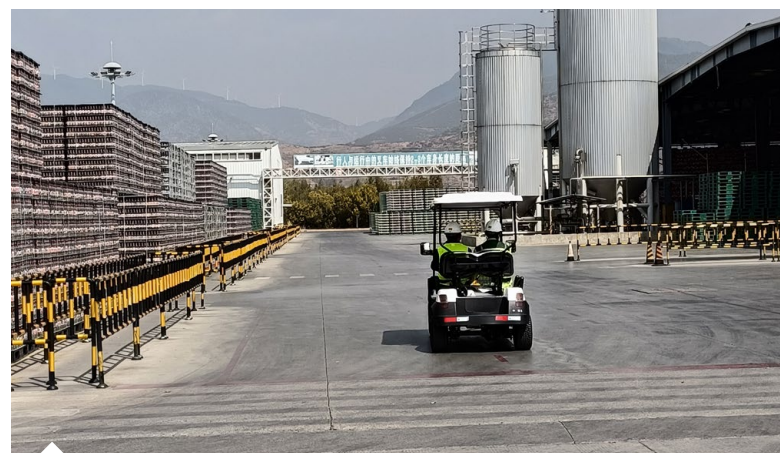
案例

交通安全改善行动

在去年的基础之上，2023年，公司在所有酒厂全面推行人车分流项目。各酒厂根据不同区域及业务需求，针对行政管理、物理防范区域、优化转移等方面，采取了针对性的改善措施。其中，永州酒厂已于2023年10月已实现100%消除人车交汇风险。



人车感应探测手环的应用



物流区巡逻车的应用

氨系统改造

我们通过制冷站氨系统安全方面的合规性和隐患进行专项工作排查，识别到早期建设氨制冷站的酒厂，存在安全隐患优化改造的机会点，并依据 COM 要求、国家氨制冷标准规范要求及专项治理技术指导书等，从作业、管理与检验、电气与安全设施、制冷及辅助设备设施等三个方面进行排查工作。

我们针对氨制冷站原有的低压循环桶、氨分、氨泵、阀门管路等存在安全隐患的设备设施进行拆除并更换，并对事故风机、氨泄露报警系统、应急照明、双座安全阀、紧急泄氨池、

喷淋系统、消防栓、储罐楼梯平台等设施进行规范性改造，排除存在的各种安全隐患。此外，我们进行严格的焊缝内部质量无损检验、压力强度及气密性试验、抽真空试验、充氨试验等工作，确保系统设备、管路阀门及设施无漏点存在，减少事故的发生。



氨工艺设备改造



其他风险改善举措



配置升降车



货运电梯改造

直线经理安全巡线
105.8 次

优化安全举措
288 项

佛山新酒厂项目已超
177 万安全工时，
相当 100 人规模的酒厂
8 年半无事故

库尔勒扩建项目已超
35 万安全工时，
相当 100 人规模的酒厂
1 年半无事故



安全意识培训

我们根据法律法规和各岗位的特性，建立了涵盖危险废弃物管理、化学品处理与储存、机械防护安全等 30 门课程的全面安全生产培训体系。截至 2023 年 12 月 31 日，全国共计 230 名经理及主管工程师已参与到 EHS 培训课程中。同时，我们针对不同职业危害接触人群针对性开展专项职业健康安全保护培训，课程涵盖基本安全及应急响应介绍、个人防护用品、听力保护、化学品处理与处置、氨制冷系统安全等内容。报告期内，基本安

全及应急响应介绍课程员工参与人数达 3,444 人次，个人防护用品课程达 3,075 人次，听力保护课程达 1,903 人次，化学品处理与处置达 2,501 人次，氨制冷系统安全达 212 人次。

此外，我们已为所有酒厂和主要行政办公室配备自动体外除颤器（AED），积极开展美国心脏救援协会（AHA）急救员认证培训，并持续完善酒厂的 MERP 医疗应急响应流程。

安全应急处理机制健全

我们高度关注运营场所内的工伤事件，并重点提升了项目工作安全分析（JSA）和工作许可（PTW）的编写和执行的质量。一旦发生工伤事故，我们将采取迅速有效的伤情处理措施，并要求进行事故分析工作，制定相应的职业健康安全管理提升方案，旨在避免同类事故的再次发生。

我们建立完善的健康安全奖惩制度，对违反安全管理要求的行为及时进行警告和处罚，并对规范的安全行为进行及时的奖励，有效提升安全执行力。面对安全事故的发生，我们始终坚持所有事故瞒报零容忍，必须立即通知当地监管部门，并在必要情况下采取适当措施，避免造成进一步的伤害。同时，为鼓励员工汇报自身发现的安全隐患，我们将安全观察的报告率与员工个人和团队的奖励性指标挂钩。

断影响和强化承包商团队安全管理能力，提升承包商团队和公司 EHS 要求的契合度和配合度。同时，我们针对承包商作业人员、管理人员、生产工具及个人防护用品佩戴等方面制定相关健康安全入场要求。为确保承包商的安全生产，我们对于长期承包商或在承包商项目结束后，开展至少每年一次的健康安全表现评估。

案例

年度安全日活动

为践行“零事故文化”，公司在每年 12 月 12 日在全公司范围内举办“安全日”活动，至今年已经连续开展 13 年。

今年，我们以“保持专注 安全工作”为主题，在公司各酒厂厂区和办公区，通过线上、线下方式共同开展安全讲座、驾驶培训、实践演练等系列活动，提升员工安全意识，营造安全生产氛围。



“保持专注 安全工作”活动海报

指标	单位	2023 年数据
员工损失工时事故数	起	5
员工工亡事故数	起	0
承包商损失工时事故数	起	0
承包商工亡事故数	起	0

承包商安全管理

我们重视承包商的职业健康安全，强化对承包商的培训和沟通，开展覆盖所有承包商工作人员的入场健康安全培训及考试，涵盖工作过程中的风险控制、安全检查、厂内特别程序等内容，并要求所有新进承包商需在进场工作前完成培训，促进承包商员工对流程的理解并有效执行。在项目管理中，我们不





佛山酒厂建筑施工 零事故典范

我们将施工方安全保障纳入厂区安全管理红线范围，全面打造零事故文化氛围。佛山酒厂要求建设施工方切实执行公司安全要求，落实建设风险管理，确保工作环境安全，为零事故文化做出贡献。佛山酒厂针对安全防护用品的佩戴、化学品、临时用电的管控以及固废清理等关键事项，面相施工方团队进行相关安全薄弱点说明，并定期举办安全培训及安全隐患排查。

截至2023年底，佛山酒厂的施工方团队已保持509天零损失工事故，累计安全工时超177万小时，安全培训覆盖员工4,374人次，累计安全记录隐患1,439项，对相关隐患整改率达100%。



职业健康安全

我们高度重视员工的职业安全，制定《职业健康管理程序》《员工健康与幸福程序》等内部管理制度，为员工提供安全健康的工作环境。此外，我们制定了职

业健康《安全红线条例》(Life Saving Rules)，明确规定5项高风险作业范畴的安全管理规定，以确保员工的职业健康。



LSR1
始终遵守交通规则
无论是在场内还是
公共道路



LSR2
始终遵守上锁挂牌
程序



LSR3
绝不拆除、损坏设备
的安全防护装置或者
屏蔽安全联锁



LSR4
始终遵守高空作业
的流程



LSR5
始终遵守进入有限
空间的程序和要求

《安全红线条例》5大范畴

我们落实丰富的职业健康安全管理的措施主要包括：



组织健康体检：

明确不同岗位人员需要进行的基于职业暴露的职业健康体检项目，对接触职业危害岗位的员工按国家相关法规要求进行了岗前、岗中、转岗及离岗职业健康体检，并对所有员工提供入职体检、年度福利体检；



职业危害监测：

加强职业危害因素监测和评价，识别职业危害岗位和危害因素，有效预防职业病；



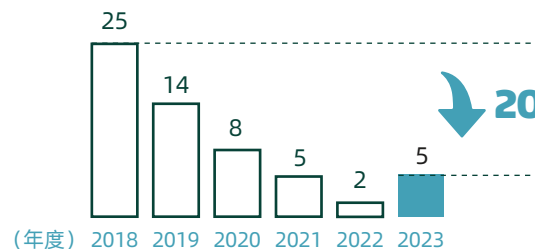
开展健康培训：

向员工开展急救、安全基础、季节性疾病预防、身体保养等知识分享，提高健康生活意识。

14 损失工时事故数：包含员工与承包商的损失工时事故数。

损失工时的受伤事故数¹⁴

单位：起



案例

银川酒厂开展“健康企业”建设


2023年，银川酒厂入选国家卫健委“第二批健康企业建设优秀案例”。

酒厂成立了健康企业建设工作领导小组，制定健康企业建设计划，建立并完善一系列与劳动者健康相关规章制度，以确保员工利益得到最大保障。同时，酒厂持续开展员工健康管理，建立健康检查和职业健康监护制度，并定期开展作业场所职业病危害因素检测，强化职业健康危害风险管理。为引导员工建立正确价值观，倡导健康工作方式，酒厂制定“心嘉计划”及定期为员工提供各项文体活动关怀。



酒厂开展健康急救知识培训

零事故文化 我们的进展 & 目标

2023 年进展	状态	2024 年计划	2030 年目标
100% 运营场所获得 ISO 45001 认证		持续完善职业健康与安全管理体系，定期开展内部及外部审计认证	实现零损失工时事故
2023 年，损失工时事故数下降至 5 起，较 2018 年降低 80% 员工与承包商零工亡		为员工配备安全防护用具，持续升级安全设施设备	
建立了全面的安全生产培训体系，构建共计 30 门课程的安全生产培训矩阵		实现全员高质量完成安全培训	持续消除安全风险隐患
全国酒厂主管级现场安全巡线次数已达人均 106 次		全国酒厂主管级现场安全巡线次数人均 80 次	

 完成  完成 50%  未完成

重点关注领域

公司持续践行绿色运营，致力于为消费者提供优质产品与服务的同时，为员工营造多元、平等且包容的工作环境，携手合作伙伴共同成长。我们也确保管理合规且具备独立性，积极承担企业商业责任。



排放管理	52
产品与服务	54
多元、平等和包容	57
负责任采购	65
社区参与	66
合规管理	69

排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国噪声污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，并遵循公司《环境政策》。该政策适用于全体管理层、员工、承包商、访客及在外部工作地的员工和机构，承诺持续提高环境相关标准；根据我们的战略、前景和相关目标，向所有人沟通和传达政策；朝着零环境事故目标不断为降低风险而奋斗；维护认证的环境管理体系，保障防止与控制公司活动对环境的潜在危害。

同时，我们完善自身环境管理体系，严格管理废弃物、废气排放以及噪声影响。2023年，本公司未发生任何重大环境污染事故，旗下酒厂 100% 获得 ISO 14001 环境管理体系认证。

废弃物管理

公司严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等废弃物相关法律法规，各酒厂均遵循当地废弃物及垃圾分类管理条例，致力于降低以及最小化废物的产生，避免任何形式的不受控的垃圾丢弃和厂内外废物处理，以避免对土壤、水及空气的污染。

我们进一步规范日常生产环节中各种废弃物的收集、储存与处置管理，降低对环境的负面影响。对于一般废弃物，我们严格执行垃圾分类，定点定期回收清运，回收可利用再生资源；针对有害废弃物，我们组织梳理危废收集范围，依据类别进行清理、收纳及转运，统一存放至危险废弃物仓库，待存在一定量后委托有资质的第三方统一处理，并建立危险废弃物产生台账及转移处置台账，保障废弃物的有效处置跟踪与管理。

旗下酒厂

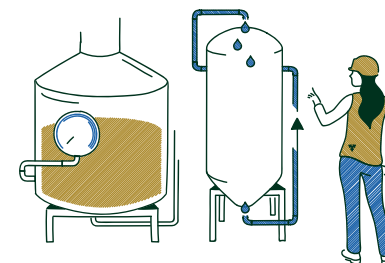
100%

获得 ISO 14001 环境管理体系认证

2023 年，本公司

未发生

任何重大环境污染事故



案例

银川酒厂荣获首批银川市“无废企业”称号

2023 年，宁夏银川酒厂荣获首批银川市“无废企业”称号，也是公司第一家“无废酒厂”。多年来，酒厂始终致力于绿色酿造和可持续发展，在保证产品质量及生产安全的前提下，优先选用绿色原料、工艺、技术和设备，在生产经营全过程中灌注绿色理念，推动企业建立产品设计、材料选用、生产、营销、回收利用、废弃物无害化处置等生命周期全绿色过程，实现了资源利用高效化、环境影响最小化。例如在管理方面，酒厂建立实施了 GB/T 24001 环境管理体系，设有废旧物资处置管理规定，将废弃物管理责任到各部门，实现废物资源化、无害化处置。



宁夏银川酒厂鸟瞰图



能源管理体系证书



旗下酒厂 GB/T 24001-2016



ISO 14001:2015 环境管理体系认证证书



废气管理

公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等废气相关法律法规，确保排放满足国家及地方排放标准。污水站作为臭气产生最主要的来源之一，我们对污水站产生的臭气进行合理地收集和处置，确保臭气达标处理。

废水管理

我们在“零水浪费”目标基础上，进一步强化水资源管理水平。我们积极遵守《中华人民共和国水污染防治法》《啤酒工业污染物排放标准》等法律法规，严格管控污水处理全流程。我们采用高效的自动化系统处理废水，并与专业污水处理第三方公司合作，旗下酒厂均配备运作良好的污水处理站，并安装自动监测设施，实时监控各项排放指标，确保废水达标排放。

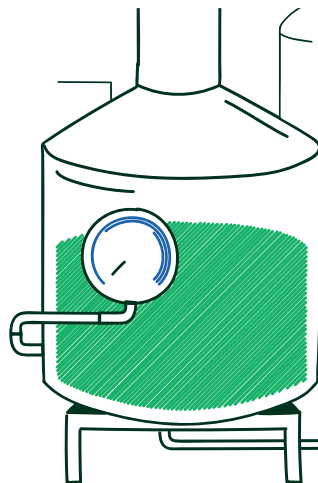
废水排放物种类及相关排放数据

种类	单位	2023 年数据
氨氮	吨	16.42
总磷	吨	3.42
悬浮物	吨	130.37
每百升产品产生原污水的 COD	千克 / 百升	0.30
每百升产品产生的污水排放量	百升 / 百升	1.03
原污水的平均 COD	克 / 立方米	71,902.14
污水总排放量	立方米	2,906,624.94
经回收处理及再利用的污水	立方米	15,428.00

啤酒厂的废水含有大量碳源，可供污水处理必需的微生物获取营养物。我们依据《啤酒工业污染物排放标准》，向污水处理厂提供废水，促进废水资源化利用的同时，节约酒厂污水处理的能源消耗，实现酒厂和污水处理厂的双赢。2023年，我们已在6个酒厂实施啤酒废水资源化利用项目。

噪声管理

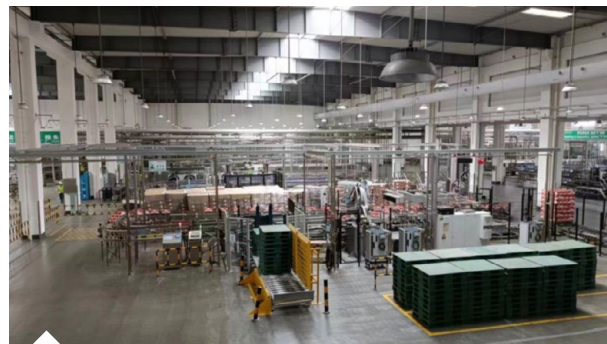
公司严格遵循《中华人民共和国噪声污染防治法》等法律法规，制定《噪声控制与听力保护程序》等内部政策，依据“源头预防、传输管控、受体保护”的噪声污染防治思路，进一步加强噪声污染防治力度。我们通过定期厂界噪声监测、设备改造与保养、增加隔离防护等措施，有效控制噪音影响。



案例

包装噪声降低专项分析与探讨

2023年，我们对于包装过程中涉及的噪声产生和传播原因开展深入分析，针对性地探讨噪声防治方案，对于玻璃瓶的挤压和碰撞产生的噪音，基于线平衡原理，保障生产线各机台速度匹配，通过阻碍或延长声音传播途径，有效隔离包装噪音。



包装车间噪音隔离

产品与服务

公司致力于提供给消费者卓越的产品和优质服务，通过建立全面的质量管理体系，持续开展严苛缜密的质量把关，全方位确保产品质量保障。此外，我们用心聆听并改进消费者对产品与服务的反馈，以期为客户带来更优质的服务。

产品质量的要求，并要求旗下酒厂每年进行质量COM符合性审核，以确保产品质量的可控性。

在2018-2023年期间，公司及旗下酒厂全部通过了年度质量COM符合性审核，100%取得ISO 9001质量管理体系认证和HACCP认证。

产品质量保障

我们在遵循参考FSSC 22000食品安全体系认证和HACCP危害分析与关键控制点体系所制定的《质量COM手册》的基础上，制定了《质量管理手册》《工厂质量监测计划》《生产线自检要求&啤酒检验规程SOP》等质量管理体系，更详细地规定了

公司构建了全面的质量管理体系，涵盖产品生产、存储、物流、销售、售后的全流程管理。我们不断强化关键环节的监管，以满足消费者对高质量产品的不懈追求。

旗下酒厂

96%

通过 2023 年度质量 COM 符合性审核

旗下酒厂

100%

通过 ISO 9001 质量管理体系认证

旗下酒厂

100%

通过 HACCP 危害分析与关键控制点体系认证



ISO 9001 质量管理体系认证证书



HACCP 认证证书



监督审核合格通知书

15 2023 年，共计 25 家酒厂开展了质量 COM 符合性校准审核，目前 24 家酒厂已通过审核（万州酒厂因遭受洪水灾害目前尚未进行校准审核）。

开展产品检测

我们坚持高标准的质量管理，执行《啤酒检验规程标准作业程序》，对原辅料、生产过程和成品进行严格检验。每个生产环节都有自检要求，确保产品达到高品质标准后方可销售。酒厂质量监测计划覆盖理化¹⁶、包化¹⁷、微生物等风险点，通过全面监测预防潜在的质量风险。此外，我们设置中心检测室对 25 家生产酒厂的啤酒产品实行季度抽样检查，全年共抽检 120 批次，产品执行标准合格率 100%。

除开展年度内部质量检测外，我们还要求旗下酒厂进行产品外送检测，以确保为消费者提供更可靠的高品质产品。2023 年，公司旗下各酒厂共进行外送检查 884 批次，接受监管机构现场抽样 90 批次，产品执行标准合格率 100%。

组织口味品评

我们专注于产品质量和安全保障，同时致力于为客户提供口感独特、品质稳定的产品。每月，由专业品评师组成的公司品评中心，会对酒厂的产品进行口味评估，以确保产品始终保持高品质和独特风味。截至报告期内，我们共对 516 个啤酒样品进行了口味品评，合格率达 100%。

产品召回机制

我们制定了《产品召回（撤回）管理程序》，并要求旗下酒厂定期开展产品召回（撤回）模拟演练，保证产品召回程序的有效性和可行性。2023 年，公司未发生因产品质量问题而召回产品的事件。

案例

马王乡酒厂开展产品召回（撤回）模拟演练

2023 年，公司下属酒厂——马王乡酒厂开展了产品召回（撤回）模拟演练。马王乡酒厂通过 ERP（Enterprise Resource Planning）管理体系追查问题产品去向，组织人员截停问题产品并在现场对问题产品的数量及批次进行严格清点和检查，顺利完成产品召回（撤回）模拟演练。



马王乡酒厂产品召回（撤回）模拟演练现场图

产品质量培训

我们重视企业质量安全文化，在员工入职、岗前和岗中培训中充分融入质量安全意识教育，并为不同岗位的员工制定针对性的质量安全教育培训。

针对酒厂质量管理人员，我们在 2023 年为旗下各酒厂的质量经理开展为期 3 天的 FSSC 22000 食品安全管理体系认证标准的培训，助力提升食品安全审核能力。

针对生产员工，我们定期组织质量和食品安全体系、质量 COM 合规培训。2023 年，旗下酒厂共计开展培训 31,047.5 小时，培训员工 13,026 人次，培训覆盖率达 98.8%。

我们深知供应商产品质量也影响我们产品质量，因此，我们对供应商进行严格的产品质量审核，并提供质量标准和食品安全要求的培训，

以加强供应商对公司产品质量和食品安全的理解，不断提升产品品质管理水平。

产品外送检查及监管机构 抽查中产品执行标准合格率达

100%

产品季度内部抽样质量 检测中产品执行标准合格率达

100%

生产员工质量和食品安全培训 覆盖率达

98.8%



FSSC 22000 食品安全管理体系认证标准培训现场

¹⁶ 啤酒理化检测：对啤酒的二氧化碳浓度、泡特性、浊度、酒精度进行检测的过程。

¹⁷ 啤酒包化检测：对瓶身、标签、瓶盖的理化性质及外观进行检测的过程。

优质客户服务

我们尽心尽责为所有客户提供优质服务，倾听客户诉求，努力维护客户权益，重视客户满意度，致力于为客户提供高品质的贴心服务。

高效响应诉求

我们用心聆听消费者对产品与服务的反馈，通过电话、微信、邮件等多渠道为消费者提供表达意见与建议的便利。明确制定了《客户及消费者投诉处理程序》和《工厂 - 投诉处理程序》，对投诉进行明确的界定、分级分类和评估。对于重要的客户诉求，我们特派专业人员进行电

话访谈，确保将客户的准确清晰的意见传达给公司相关部门，以持续提升产品与服务。2023年，我们接获质量与安全相关投诉 888 件，投诉解决率达 100%。

我们对不同类型的投诉制定了专门的处理流程，并设计有针对性的行动计划以解决客户问题。针对产品质量问题，我们建立总部和酒厂质量部门的联合管控机制。酒厂层级的质量部门负责产品检测和专项改善行动的实施，而总部质量部门则负责定期整合汇总质量问题和改善方案，并针对性地追踪改善效果，致力于打造令消费者更为满意的产品。

提升服务体验

我们加强数字营销体验和推出各类线上线下的客户活动，与消费者维持和谐融洽关系，不断提升品牌知名度与客户忠诚度。

拓展线上销售平台 我们与京东超市、美团闪购等知名线上平台达成战略业务合作，拓展渠道营销，帮助提升消费者即时零售购物体验。

完善会员互动体验 基于“一物一码+小程序”，我们搭建了一个能够快速迭代、快速调整的会员中心，通过品牌公众号、线下物料、官方微博等宣发渠道传播品牌营销活动，并配合小程序内的积分奖励/红包奖励刺激用户扫码，增强与核心客户的互动。

打造沉浸式消费体验 以限时开放的沉浸艺术体验馆、快闪店、线下品鉴会等为载体，吸引消费者在现场享受沉浸式互动，为消费者在多元化消费场景下带来丰富的产品体验。

创造惊喜体验 针对与时俱进的消费需求，通过推出节日季限定包装、艺术创新包装等方式，加强消费者对品牌的深刻记忆。

推动两业融合

公司创新性地开拓啤酒新零售业务，将啤酒与餐饮服务业融合，扩大啤酒文化的影响，让客户在各种场景中都能享受啤酒服务，感受更加浓厚的啤酒畅饮氛围。

2023年，公司旗下京A品牌持续打造先锋精酿厂牌，旗下10家精酿酒吧，围绕创新/先锋/本土/有趣推动精酿极客体验及影响力。“乌苏森烤”门店数量提升，更深化“大口吃

肉，大口喝酒”的体验场景。此外，2023年公司新推出“后火锅品牌合作店”等多样业态，为客户提供周期更长、体验更全面、层次更丰富的服务。



案例

后火锅品牌合作店

2023年3月，由重庆啤酒和后火锅两大品牌联手，共同打造的后火锅 & 重庆啤酒体验店在上海南京东路正式开业。“吃重庆火锅，喝重庆啤酒”，消费者在上海也能够体验到地道的重庆火锅与重庆啤酒的绝佳搭配。

截止2023年年底，后火锅餐厅在全国已开业100+家，重庆啤酒主题店达到30家，累计合作76家。2024后火锅餐厅数规划突破300+，预计重庆啤酒合作餐厅数超200+家，进一步探索用户体验升级和产品创新。



后火锅 & 重庆啤酒体验店

多元、平等与包容

我们视员工为可持续发展的动力。我们重视多元化和包容性，尊重不同地区、不同文化及不同习俗，始终致力于建立一个包容且平等的工作环境，并持续为员工提供良好的培训与发展机会，支持员工成长。

员工尊重与共融

公司秉持全球思维、多元化人才库、包容性领导、平等机会推进多元化与包容性的四大企业愿景支柱。我们切实落实《多元化与包容性政策》¹⁸，并推出《包容领导力行为指南》和“责任与担当”口诀¹⁹作为企业文化建设重点，确保每位员工都在多元、平等和包容的企业文化中展现责任与担当，积极推动ESG计划的执行。

为创造多元、平等、包容的工作环境，我们在聘用和选拔员工的过程中始终坚持以价值观、工作能力、业绩表现为核心，严格禁止基于种族、民族、肤色、宗教、国籍、血统、性别、年龄、婚姻状况、残障、性取向或受法律保护的任何其他特征的歧视、骚扰或不当行为。

我们以雇主价值主张“酿造无限可能”("Something's Brewing")为基础，通过多种渠道和方式积极宣传雇主品牌，以持续吸引优秀人才，打造多元化的人才梯队。

¹⁸ https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37602/diversity-inclusion-policy_carlsberg-group.pdf

¹⁹ 即“一个团队，共同目标”“追求卓越，展现担当”“正视问题，承担责任”“持续跟进，使命必达”。



多元、平等与包容 (DEI)

多元、平等与包容 (DEI) 是公司的文化重点。2023 年，我们以“包容领导力行为指南”和“DEI 文化下的责任与担当”作为企业文化建设重点，激发员工的创新和高绩效表现，展现出先进的人力资源战略管理与实践。同时，我们将 DEI 雇主精神贯彻在人才培养与发展中，以“推动高绩效、企业文化与组织健康、人才发展及学习发展”等方向推动多元、平等与包容年度工作，为员工提供多元包容的职业发展平台。

**多元平等包容文化下的
责任与担当**

**追求卓越
展现担当**

**承担
责任**

正视问题

**一个团队
共同目标**

**持续跟进
使命必达**

**Carlsberg
China**

DE&I 海报

案例

DEI 文化宣讲、培训活动

2023 年，我们面向全国超过 1,791 位管理人员举行了 69 场宣讲工作坊，加强其对包容领导力和责任与担当的学习和理解，持续推动 DEI 文化在整个组织的落地；

2023 年，我们面向全国超过 1,200 位团队领导开展宣讲工作，跟进团队领导的个人发展计划，为大家提供相关的培训，如无意识偏见、Z 世代管理、包容领导力等课程。



多元平等和包容培训工作坊



DEI 活动现场

案例

“多元平等包容 (DEI) 文化下的责任与担当”文化重点项目

公司新疆业务单元在推行人才发展项目过程中，始终致力于创造一个公平、包容、激励和发展的环境。我们以“岗位业务知识学习 + 在岗实践 + 跨区域实操学习”的模式，启动了多个销售团队人才发展项目，有助于员工丰富市场管理经验，实现自我突破与提升。



储备大区经理跨区实操项目

案例

公司荣获“2023 DEI 雇主大奖”

2023 年 12 月 18 日，公司荣获国际知名雇主品牌研究机构雇主品牌研究所 (Employer Branding Institute) 颁发“2023 DEI 雇主大奖”。该奖项代表了专业机构对公司在 DEI 领域突出表现的高度认可。

我们拥有明确的 DEI 路线图，长期为员工提供多元、平等、包容的工作环境和体验，让每个同事的才华得以施展，与公司共同成长。2023 年，我们以“包容领导力行为指南”和“DEI 文化下的责任与担当”作为企业文化建设重点，激发员工的创新和高绩效表现，展现出先进的人力资源战略管理与实践。此外，我们将 DEI 雇主精神贯彻在人才培养与发展的过程中，推出多项青年人才培养计划，鼓励人才流动，为不同的团队带来多元化视角；关注女性人才的培养和发展，持续提升管理层中的女性比例；通过开展无意识偏见、Z 世代管理、防止性骚扰线上学习课程等培训，为员工提供安全、多元的职业发展平台。



“2023 DEI 雇主大奖 (中国地区)”

多元招聘

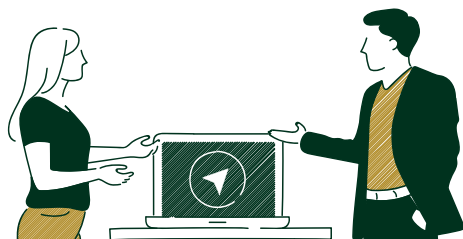
我们重视人才队伍的招聘。我们开展校园招聘、本地化招聘等渠道，并制定酒厂关键岗位人才分布图及未来人才计划，致力于吸引、选拔具备出色专业素质的人才加入。

高校合作：

我们为不同学历、不同专业的高校学生提供清晰的职业发展道路，通过简历指导、择业指导、冠名活动及共建实习基地等方式，支持高校学生实习实践与就业；

本地化招聘：

为推进本地化招聘工作，我们旗下各酒厂和销售区域通过当地招聘网站、政府专场招聘会、当地人才交流中心、专场招聘活动等方式，为当地人才提供就业岗位。



为加强公司人才培养力度、提高人才质量，我们与目标高校签订“重啤班”校企合作协议书，提前锁定目标专业的在校学生，选拔录用符合任职资格的学生并签订定向培养协议。我们为定向培养的学生提供涵盖企业文化、环境健康与安全、质量控制、精益生产及啤酒品鉴等内容的培训课程，并提供为期至少半年的实习考核，有效提升其职业能力并顺利融入岗位。



重啤班校企合作签约仪式



案例

“后浪玩转世界毕业 TALK” 校园宣讲活动

公司旗下乐堡品牌协同公司人力资源部开展校园宣讲活动。活动以“后浪玩转世界毕业 TALK”为主题，通过学生们喜爱的“榜样力量”，鼓励学生们勇于尝试，探索更多可能性，找到自己的人生角度。

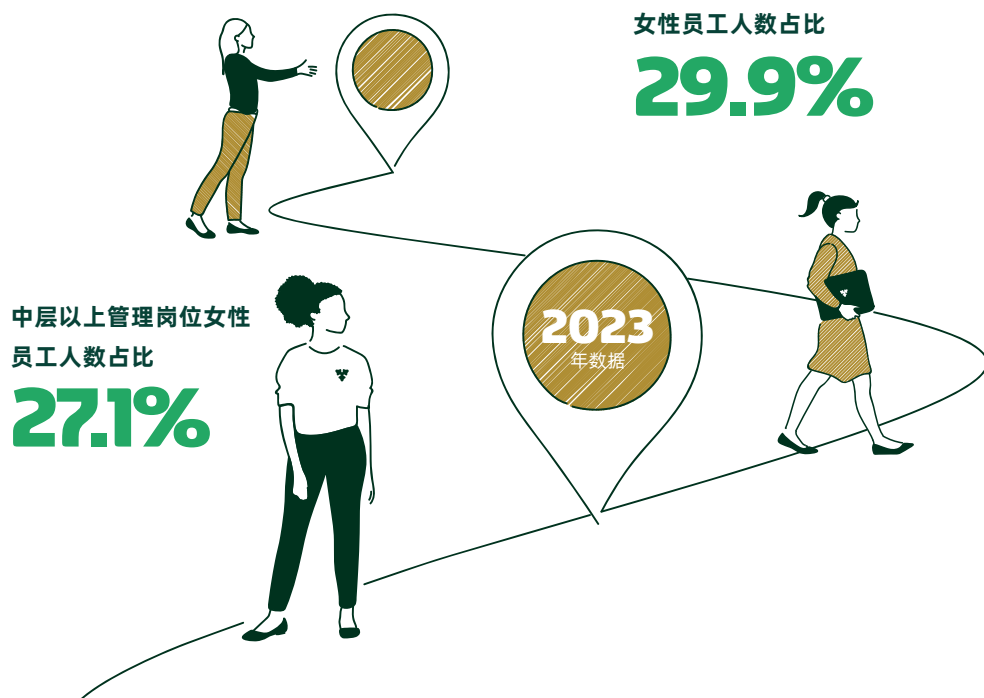


校园宣讲活动现场

性别代表性

我们致力于为员工构建平等、多元、包容的职场，设定了“在 2027 年实现女性在中层及以上管理岗位占比达三分之一”的目标。我们始终坚持男女平等的就业原则，持续关注女性用工人数占比、女性晋升人数占比以及女性离职人数占比等具体指标，针对公司各层级女性人数占比进行月度分析和评估，并针对数据异常状况开展管理提升工作，旨在提升职场性别多元化。

指标	单位	2023 年数据
女性员工晋升人数占比	%	43.2
管理层岗位女性员工人数占比	%	31.8
创收职能岗位女性员工人数占比	%	18.0
STEM 岗位女性员工人数占比	%	27.0



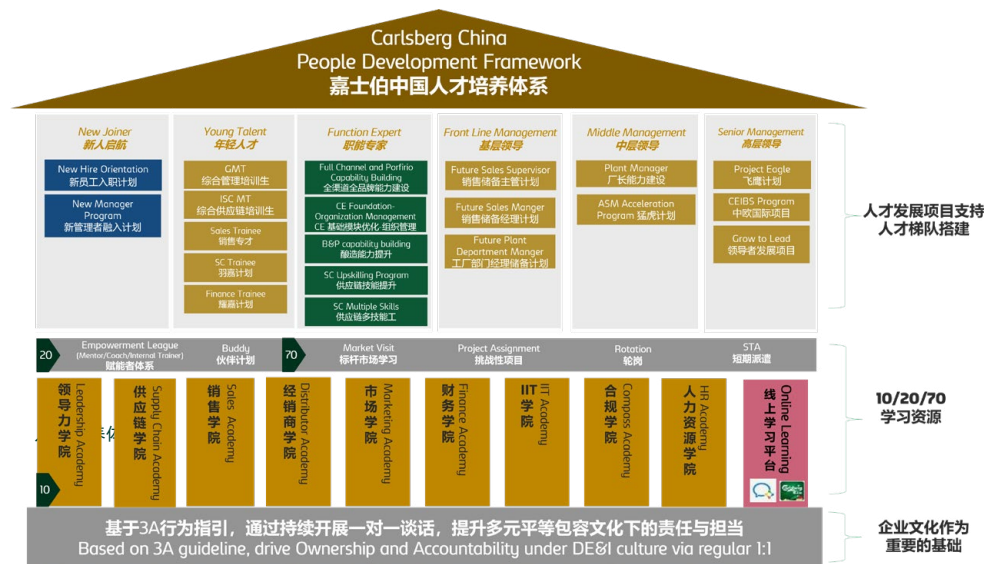
员工培训与发展

我们将员工培养作为重要的组织战略，始终关注每位员工的个人成长和职业发展，持续完善人才培养体系，并为员工提供广阔的发展空间和丰富的培训资源，帮助员工发掘自身潜能，与公司共同创造更大价值。

员工职业发展

我们严格执行公正公开的员工选拔机制，将员工价值观、专业能力和绩效表现作为评估

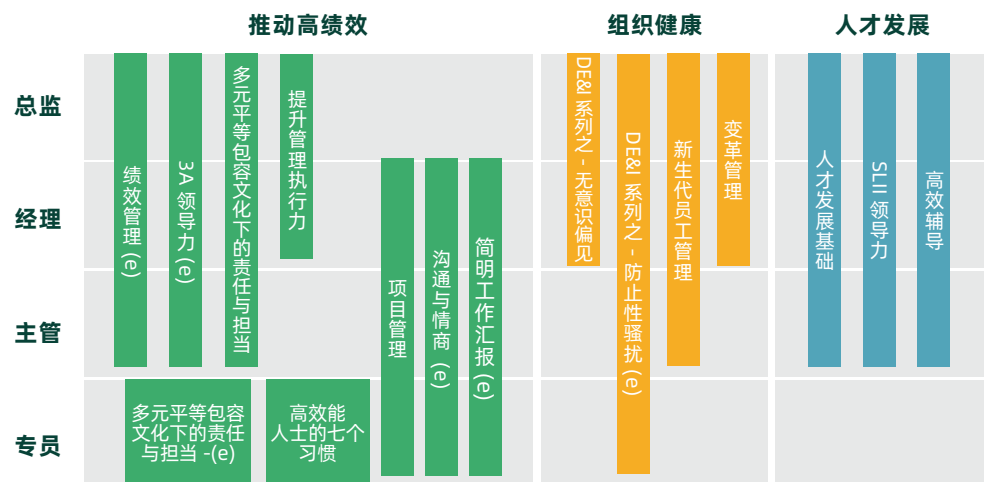
员工晋升的依据，并通过定期的人才评估会议，讨论员工的待发展领域和发展计划。我们通过人才盘点、轮岗和短期派遣等多种方式，促进公司内部人才的良性流动。2023 年，我们推出“青云计划”，推动跨地域跨团队人才流动。此外，我们积极构建个人发展计划 (IDP)，通过精心设计的人才培养规划，确保及时调整和补充空缺岗位，为公司的稳健发展提供强有力的支持。



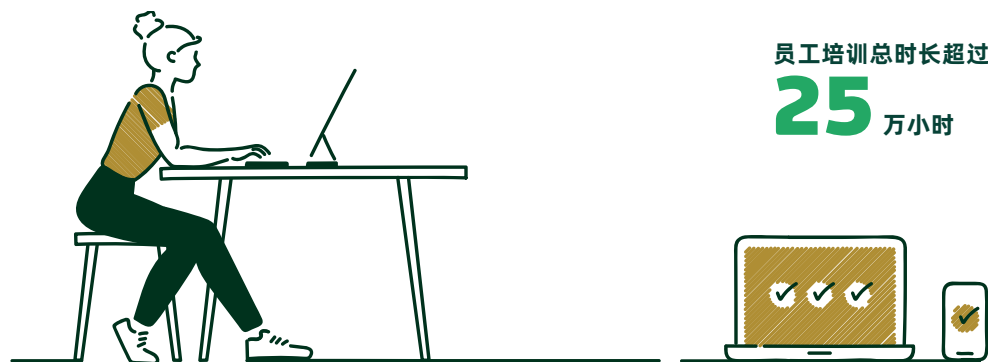
培训课程体系

为促进员工和公司共同成长，我们制定完善的人才培训体系，并成立培训学院，学院下设领导力学院、供应链学院、销售学院、经销商学院、市场学院、财务学院、信息技术学院、合规学院和人力资源学院。其中培训内容主要涉及公司所有日常管理和业务运营

的相关内容，并为不同板块的相关员工制定针对性培训课程。此外，我们通过伙伴计划、导师 / 教练计划、挑战性项目、标杆市场学习、短期派遣、轮岗等培训形式，充分激发每位员工的个人潜力。



2023 培训课程及重点项目概览



年轻人才发展体系

我们针对年轻人才打造了切实可行的职业发展体系。通过管培生项目，我们制定了“10-20-70”学习框架和全面的成长跟踪体系，覆盖商务演讲、项目管理、数据分析和领导力培训等多个方面。我们全方位关注年轻人的职业发展、身心健康、专业能力和自律素养，提供全面支持，助力他们茁壮成长。

为加强对新生代员工的吸引及留存，我们持续推广及覆盖“数字化时代职场 95 后沟通与辅导”“新生代画像及职场需求”“激活新生代”等议题，帮助基层团队管理者提升对新生代员工的了解，促进包容和谐高效的工作氛围。我们开设年轻人俱乐部、青年联谊、手游比赛等系列年轻人关怀活动，关注年轻人需求，鼓励其为公司注入活力并提供更多创新性想法。

2023 年，我们落实“中国年轻人才赋能者联盟”行动，定期为年轻员工提供相应的培训或指导。同时，我们为年轻人才制定五大培训计划，为不同领域培养高水平人才，计划主体覆盖综合管培生、供应链管培生、销售专才、储备经理（战狼计划）、储备主管等内容。

此外，我们为年轻人设立赋能培养人，年轻人每月接受导师、培养人以及岗位师傅的一对一辅导，要求提交学习心得，并按季度和年度完成学习汇报，实时追踪年轻人的成长轨迹。导师和岗位师傅会根据年轻人的发展进度、轮岗计划和未来规划提供建议，确保人才培养计划的持续推进。



案例

黄钰——从管培生到厂长的职场成长故事

在公司成熟的职业发展通道和培养体系帮助之下，年仅 32 岁的黄钰成功晋升酒厂厂长，成为首位经由管培生项目培养起来的女性厂长。

2016 年，拥有工程硕士学历的黄钰在大学毕业后加入重庆生产运营团队，成为一名管培生。八个月后，她被调往四川宜宾酒厂，在多个关键的运营管理岗位上历练，积累了宝贵的经验，晋升成为战略发展经理。如今，黄钰正领导着安徽天岛酒厂的团队，以其卓越的领导力和专业知识，引领酒厂迈向新的高度。



安徽天岛酒厂厂长——黄钰

员工权益与关怀

我们秉承“以人为本”的原则，致力于为员工塑造良好的工作环境和文化，搭建公平且有竞争力的薪酬体系，提供全面的福利与关怀，倾听员工的声音与反馈。

员工权益

我们严格遵循《人权政策》及《人权手册》等员工权益保障制度，规范员工工作行为，防止在强迫劳动、歧视、儿童保护、骚扰、结社自由、集体谈判和工作时间福利和工资等 7 大方面在业务经营中出现重大问题及影响。

我们承诺在员工劳动关系期间实现强迫劳动和雇佣童工等违反《人权政策》行为的“零发生”。同时，我们开放“Speak Up 畅言热线”系统，当员工自身权益被侵害时，可立即进行上报。关于“Speak

Up 畅言热线”，具体详见“商业道德”章节

本年度，公司在业务经营范围内未发现歧视、强迫劳动、雇佣童工等现象。

员工沟通

为了畅通员工意见表达渠道，公司通过开展总裁面对面战略论坛、HRBP 访谈、直线经理访谈、畅言热线、员工沟通大会等多种员工沟通渠道，充分收集员工对公司各方面工作的意见和建议，督促相关职能部门及时回应并做出反馈，最终保障员工知情权、参与权、表达权和监督权。同时，我们以 2023 “我的心声”调研结果跟进为契机，积极听取员工在畅所欲言方面的反馈和建议，并藉此形成相应的解决方案。

案例

“我的心声”员工敬业度调查

“我的心声”是一个帮助公司制定持续倾听战略的战略工具，旨在衡量组织内的员工体验，其中主要涉及 DEI、我们的制胜文化、团队管理等战略主题。我们通过定期开展调查、关注员工反馈，培养员工在团队和跨部门工作中的“协同一致、勇于承担、付诸行动”3A 行为行为准则。我们高度关注“畅所欲言、协助及职业生涯”等三大领域，提出制定及推广集团人才管理理念及人才观、推广及执行“青云计划”、设立“最佳人才培养业务单元”等计划，助力实现“扬帆 27”战略。

2023 年 5 月，我们开展了“我的心声”员工敬业度调研工作，共有超过 6,000 名员工参与，中国区员工调研回应率为 100%。调研结果显示，DEI 分数为 92 分，敬业度分数为 93 分。

提升员工敬业度流程及举措

“我的心声”调查

“我的心声”调查支持我们的“持续倾听”策略，即我们经常开展定期调查并倾听员工关注的各种议题。

解读并分享报告

团队经理们了解并分析他们的团队在定期调查中所关注的议题，并与员工分享结果。通过密切倾听员工意见，使员工感受到重视和赞赏。

制定行动方案

团队经理负责开展关于反馈和改进行动的持续对话。员工应参与改善措施的制定决策，一起改善他们在组织中的体验。

持续跟进

团队经理将行动方案的执行情况回顾纳入到团队会议中，跟进行动计划的每个执行细项。团队领导和团队成员一起及时庆祝重要的里程碑，承认努力和成功。



员工敬业度
调查覆盖率达

100%

员工敬业度调
查结果为

93分



员工薪酬与福利

公司通过调研及对标快消行业，建立并完善有竞争力的员工薪酬和福利体系。

- 根据业务需求不同，有针对性的制定月度奖金、季度奖金、年终奖金方案，激励员工创造更好的业绩的同时获得丰厚的回报
- 针对公司表现优异的个人和团队，制定了适时奖励及创新奖励等表彰方案。
- 根据行业及市场动态，并通过员工薪酬竞争力和业绩结果两个维度制定调薪方案。
- 持续升级福利关爱活动，引入弹性福利积分平台，能够让员工更有选择权去兑换心仪的福利，从而多方位提升员工幸福感。

公司员工福利构成²⁰

	健康福利	额外商业保险，涵盖差旅，意外，定寿和医疗 体检
	实物或积分福利	弹性福利积分 节日礼金或礼品 福利酒水 工会礼品福利 额外公司假期 “心嘉”热线
	工作与生活的平衡	欢乐时光活动 运动俱乐部 膳食（饭堂）福利 啤酒品鉴活动

²⁰ 以上部分福利因公司属地不同，有可能略有差异。

员工关怀活动

我们高度重视员工的身心健康。我们在各业务单元建立了完善的工会体系，主要负责开展员工权益保护和员工沟通关怀工作，组织开展丰富多样的员工活动，致力于为所有员工提供温馨、舒适、充分发挥其价值的平台。

此外，我们重视员工的心理健康，联合专业心理咨询机构推出员工关怀计划——“心嘉计划”，通过为员工提供多元化的心理健康活动及日常心理资讯，帮助员工调节情绪、舒缓工作和生活压力，引导员工更好地调节工作状态，提升职场体验。



负责任采购

良好的可持续供应链管理体系，在促进企业在实现经济效益的同时，考虑社会、环境、道德、治理等方面的利益，满足消费者和投资者对社会责任的需求，有助于企业实现战略层面的可持续发展目标。

规范供应商管理

我们遵循供应商管理规定，包括《直接材料质量要求》《非接触材料供应商质量要求》《供应商和被许可人行为准则》等，并制定了《重庆啤酒股份有限公司采购政策》，致力于完善供应商管理体系。

我们秉持公开、公平、公正的采购原则，对采购流程、供应商选定、评估、勘验、整改和退出进行规范管理。对库内供应商，我们采用分级分类管理方式，于每年年底进行年度绩效评估，主要从准时交货率、质量合格率、服务质量、遵守安全规定情况和价格等方面进行综合评估。得分低于80分的供应商则下年度不再合作。

我们会定期对重要供应商进行质量和食品安全审核，并在现场进行质量及食品安全相关要求的沟通和培训，针对审核发现进行根本原因分析（RCA），制定并实施相

关整改措施，保障供应商食品质量与安全。其中未通过审核的供应商需整改合格后方可重新入库，而持续绩效不佳的供应商将按照规定进行淘汰。此外，我们开展供应商ESG审核，其中审核包材类供应商33家，原辅料/内容类供应商23家，其他供应商10家。

推进负责任采购

我们积极践行负责任采购，与供应商签订《供应商行为准则》《商务服务安全行为准则》等文件，明确规范供应商在环境可持续发展、劳工和人权、健康和安全、商业道德等方面的行为要求。我们特别强调对供应商的产品质量和食品安全的关注，要求供应商按照ISO 9001的要求建立质量管理体系，而原材料和包装材料供应商更需要取得全球

食品安全倡议（GFSI）认可的食品安全体系的认证。2023年，我们的供应商中通过ISO 14001 环境管理体系认证的供应商占比及通过ISO 9001 质量管理体系认证的直接合作生产供应商占比均达到100%。

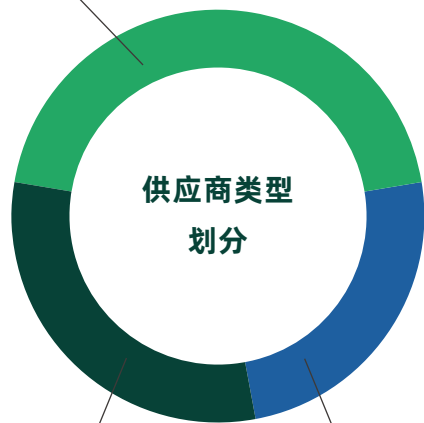
我们重视供应商能力培养与提升，与供应链各方通力合作，加强对供应商在食品安全、质量管理和可持续发展方面的宣导与培训，解决食品安全及质量保障相关问题，共建稳定、高效、高质量的产业供应链。

包材类供应商

44.6%

设备类供应商

30.8%



原辅料 / 内容类供应商

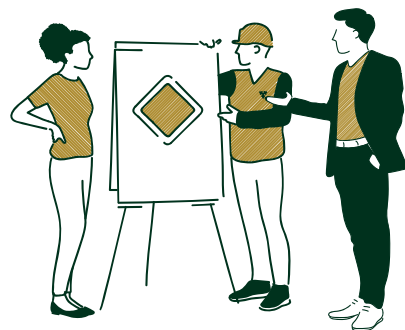
24.6%

100%

供应商通过 ISO 14001 认证

100%

直接合作生产供应商通过 ISO 9001 认证



社区参与

我们主动践行企业社会责任，积极参与公益事业，进一步拓展公益活动主题，在教育发展、社区公益活动等多个领域中奉献力量。另外，我们积极参与公益慈善捐赠，并号召员工积极参与公益活动，共同履行企业社会责任。

支持教育发展

我们坚信教育是社会进步的基石。通过开展爱心助学活动，为有经济困难的大学新生提供教育资源及发展机会，助力他们实现个人价值并为社会做出积极贡献。

案例

“重庆啤酒”爱心助学项目

重庆啤酒宜宾公司与共青团宜宾市委于 2004 年发起的“重庆啤酒”爱心助学项目，旨在帮助家庭困难的大学生解决“入学难·圆梦难”的问题。截至 2023 年，重庆宜宾公司累计捐款 366 万元，帮助宜宾品学兼优、家庭贫困的 1,846 名大学新生顺利入学。



助学金发放仪式现场

案例

嘉士伯酒类风味品尝实验室落户江南大学

江南大学生物工程院是中国发酵工程学科的诞生地，多年来，为公司输送了众多优秀人才。2023 年 3 月 24 日，嘉士伯酒类风味品尝实验室正式落户江南大学生物工程学院，首届江南大学“嘉士伯奖学金”获奖名单也在当天公布，其中共计 10 名本科生、2 名研究生及 3 名博士生荣获奖励，以激励更多生物工程学子努力学习，刻苦钻研，推进酿造行业的发展。实验室的创立不仅是公司支持基础研究和高等教育的重要举措，为高校建设贡献力量，同时也有助于公司加强科研成果转化、拓宽人才吸引渠道。



颁奖典礼



实验室揭牌仪式现场

传递社区温暖

我们主动履行社会责任，积极投身于慈善公益活动，用实际行动回馈社会，持续为社区公益慈善事业做贡献。

案例

“一起为爱安全启程”员工志愿活动

2023年12月12日，公司在安全日同期启动志愿公益项目，号召员工通过腾讯公益一块走平台和安塞驾微信小程序，健康行走、安全驾驶。

活动共开展9天，4,014名员工参与，志愿组织96支小队，走路超过1.6亿步，安全驾驶5,780公里，总里程数超过10万公里。公司为此次志愿活动配捐了12万元公益金，通过北京外企志愿者协会，捐赠给玉树的乡村小学，助力培养科学新力军。



捐赠证书



“一起为爱 安全启程”活动海报

助力文化传播

我们重视自身品牌的定位和特质，致力于搭建更适合中国消费者的沟通方式。我们结合中国不同地区的地域文化，深耕于将中国文化元素融入产品包装，并持续推出各种形式的市场活动，助力各个地区本土文化持续焕发新的生命力。

案例

嘉士伯品牌新春生肖包装

嘉士伯 2023 年瑞兔新春限定包装在中国内地和香港、马来西亚、新加坡上市，各地华人可以共享嘉士伯送出的新春祝福。嘉士伯品牌已连续第三年推出新春艺术包装，兔年联手屡获殊荣的插画师阮菲菲打造，画面通过数码彩绘诠释传统韵味，以八方来聚、花开富贵的寓意。牛年和虎年的包装设计分别是与新锐艺术家张广宇携手创作的《启顺》、与知名插画艺术家倪传婧合作的《双虎呈瑞》。



瑞兔新春限定包装

嘉士伯福兔启顺列车

案例

乌苏啤酒发布风景罐 助力新疆旅游

2023 年，在新疆独库公路通车节上，公司旗下乌苏啤酒以“横越天堑 碰杯乌苏”为主题举行新品上市发布仪式，推出风景罐系列产品。这是乌苏啤酒首次推出风景罐系列产品包装，将独库公路及盘龙古道放置在罐身，延续产品自身的新疆特质，并结合新疆本地美景，吸引更多消费者了解新疆，支持新疆当地旅游事业的蓬勃发展。



乌苏啤酒风景罐产品图

“横越天堑 碰杯乌苏”活动现场图

合规管理

公司始终秉承以诚信为本的经营原则，高度重视企业风险管控，恪守商业道德之根本，构建且持续完善合规有效的公司治理体系，促进公司治理能力进一步提升，保证企业长期发展的稳定性与可持续性，努力打造一个遵循法规、廉洁诚信的营商环境。

公司治理

健全的公司治理机制是确保公司长期稳健发展的基石。公司致力于规范企业治理运作，为促进企业信息披露透明度的提高，以及加强企业风险预防和控制能力，我们通过构建权责明确的治理架构，加强及完善内部治理，为公司的长远发展夯实基础。

董事会有效性

为保障董事会的有效性，公司现任独立董事来自于多元化的专业领域，拥有包括法律、财务会计、市场营销、企业管理等多方面的专业知识与经验。董事会召开多次内外部会议，促进公司治理水平稳健提升。2023年，我们共召开6次董事会会议，4次监事会会议，3次股东大会，审计委

员会会议6次，薪酬与考核委员会会议2次，战略与发展委员会会议1次。同时，为了及时回应投资者的关注与疑问，不断增进投资者的信心与信任，我们还召开3场公开的业绩说明会，其中2022年年度报告暨2023年第一季度报告业绩说明会采用同步直播的方式，并设置同声传译以及提供中英双语频道，会议在线观看人数达144,077人次，竭力帮助所有投资者及时了解 and 掌握公司业绩、经营战略规划及未来展望。此外，公司投资者管理团队累计参与线上及线下策略会、反向路演等活动500余场，也保障与境外投资者保持良好沟通。

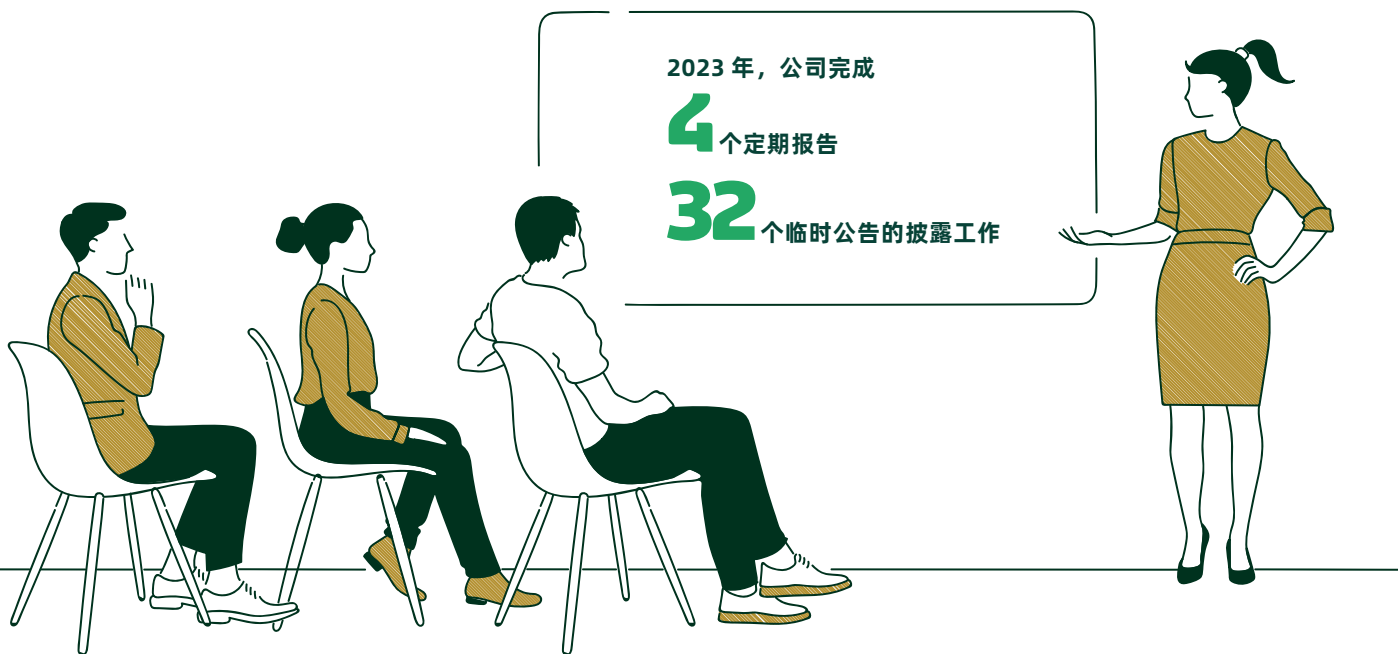
董事会高度重视企业财务与经营状况、重大事项等信息及时、准确披露，严格规范公司信息披露工作，确保向资本市场提供公开、完整、透明、有效的公司信息，保障投资者权益。2023年，公司完成4个定期报告和32个临时公告的披露工作。同时，管理层员工的专业能力和综合素质对提高公司治理效率也至关重要，为此，我们重视并开展面向公司管理层的多元化培训活动，鼓励管理层员工积极参与，促进公司治理水平稳健提升。

业绩说明会设置同声传译及提供中英双语频道，在线观看人数达

144,077 人次

策略会、反向路演等活动

500 余场

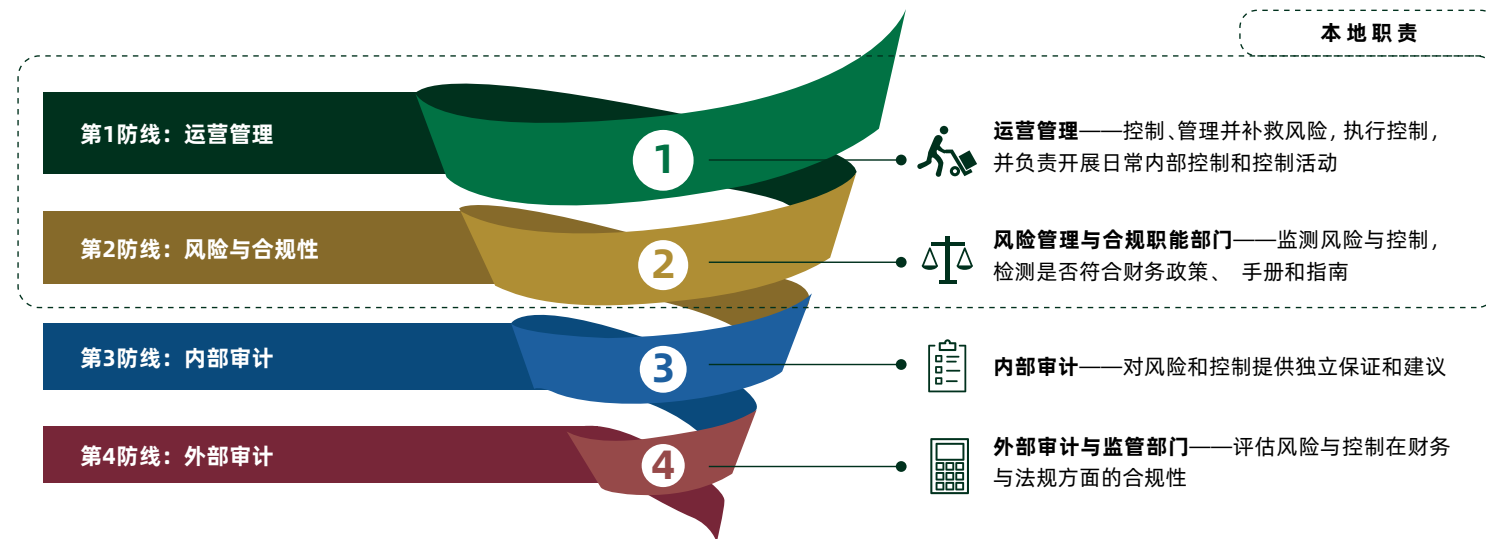


风险管理及控制

强化风险管理是企业长期稳定发展的基本保障，我们高度重视并建立健全且高效的常态风险管理机制，将风险管理融入到企业管理和业务中，有助于企业及时识别、评估以及应对各类潜在风险。我们针对风险管控建立了运营管理、风险与合规性、内部和外部审计四道防线，风险责任人对其负责的风险领域开展季度审核评估形成风险报告，阐述风险管控工作情况，检验风险控制措施的实际成效，识别潜在高风险，向公司风险管理小组进行季度汇报。

我们为保证风险处于可控范围内，制定《风险管理政策》《内部控制自评手册》等相关制度，同时采取开展风险评测、制作风险清单以及进行控制测试等系列举措。2023年，公司内部审计团队已对全业务流程开展内部控制测试，并跟进完成流程优化。此外，我们对企业运营中潜在的ESG相关风险给予高度重视，定期根据风险清单对各风险项开展评估和评分，并针对各项风险进行原因总结，提出减缓措施，有效防范ESG风险。

同时，为强化全体员工的风险意识，2023年，我们积极开展面向所有在职员工的风险管理意识培训，如内控框架风险培训、个人信息保护培训等，参与培训共计6,724人次，培训员工覆盖率达98.55%，培



训总时长为1,400余小时。此外，我们也向所有员工强调合规行为的重要性，积极组织道德与行为准则、反贿赂反腐败、竞争法合规等主题的相关合规培训，累计参与6,000余人次。

反贪腐专题培训共计 2,600 员工
人次参与，覆盖率为

86.12%

竞争法专题培训共计 1,257 员工
人次参与，覆盖率为

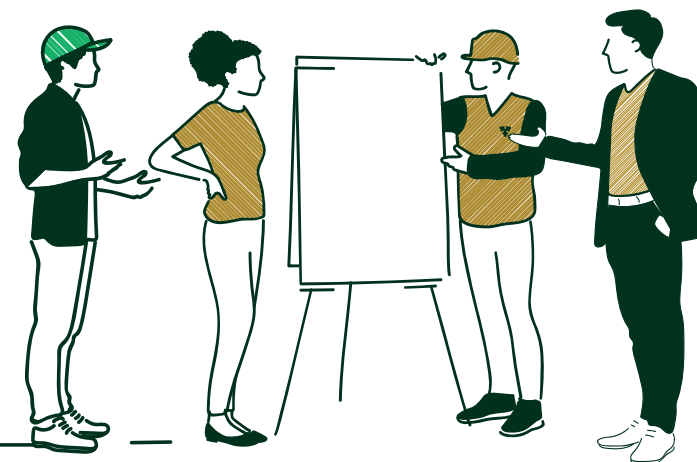
95.94%

商业道德专题培训共计 2,600 员工
人次参与，覆盖率为

87.77%

在职员工风险管理意识培训覆盖率达

98.55%



商业道德

“根据指南行事”是公司业务开展的基本准则。我们严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等国家法律法规，在遵守《道德与行为准则》²¹《反腐败政策》²²《第三方筛查手册》等商业道德标准的基础上，制定《员工手册》《赠礼宴请和招待手册》《产品经销协议》等行为规范和合同范本，规范员工、供应商及经销商等在商业活动中应遵守的道德行为标准，严格管理和监督反腐败反贿赂、贸易制裁和出口控制、不正当竞争、利益冲突、信息保密等行为。

我们通过设立架构分明、职责清晰的监管体系，进一步规范公司商业道德行为准则，务求落实运营合规、反腐败、反舞弊等工作。公司的 CEO 和 CFO 共同承担商业道德事宜的监督职责，公司高级法务总监兼公司监事会主席负责合规事宜的管控，并定期向 CFO 进行汇报。此外，我们还将反贿赂、反腐败等商业道德议题纳入内部审计审核范围中，确保商业道德治理体系的有效性。

反贿赂与腐败

公司恪守商业道德，坚决反对任何形式的贿赂与腐败行为，明确规定员工不得私下通过不公开、不透明的形式接受任何来自员工或利益相关方的任何赠礼和宴请等。此外，我们建立并持续完善利益冲突申报机制，规定范围内的新入职员工以及在职工工均需按要求填写利益冲突申报表，最大化地规避因利益冲突损害公司利益的风险。同时，我们针对利益冲突的发生，更新优化利益冲突缓解措施，帮助维护企业利益。本年度，利益冲突申报人数为 774 人，覆盖率达到 100%。2023 年，公司未发生重大腐败事件，未涉及司法案件。

规范伙伴行为

我们鼓励所有外部合作伙伴能共同参与建设及维护廉洁健康的商业环境，遵循我们的道德与行为规范。我们要求合作的供应商、被许可方和经销商均需签署并遵守《供应商与被许可人行为准则》，以及遵循所在地区相关法律法规。2023 年，供应商《商业道德条款》和《廉洁协议》的签订率均达到 100%。

举报人保护机制

为鼓励全体员工和各业务线相关人员积极举报任何违反公司道德和行为准则的行为，我们制定《畅言热线手册》并积极畅通举

报渠道，包括设立邮件、电话、第三方匿名举报平台“Speak up 畅言热线”等多样化形式。同时，我们规范举报机制以及处理标准，确保举报信息交由专职人员进行核实与调查分析，一切相关调查工作均承诺保证在不泄露举报人信息的前提下开展，确保善意举报人的权益不被侵犯，不受到任何形式的打击报复。

反贪腐意识提升

我们注重培养员工的商业道德素养，希望全面提高员工廉洁自律、遵纪守法意识。公司规定全部新入职员工必须在入职后 30 天内参与完成道德与行为准则、反贿赂反腐败、竞争法合规等相关培训。此外，包含管理层在内的所有员工每间隔三年需重

新学习上述培训课程，部分重点岗位员工要求每年进行一次反贿赂和反腐败培训。同时，为鼓励员工积极参与到企业的监督和管理中，我们采取了多样化的形式向员工宣传和推广“畅言热线”举报渠道和流程，其中包括举办讲座、邮件推送、电脑屏幕保护程序、公司内网等，竭力打造一个廉洁、公正、诚信的运营环境。

2023 年，公司发生重大腐败事件为

0

2023 年，公司涉及司法案件为

0

利益冲突申报人次 774 人，覆盖率

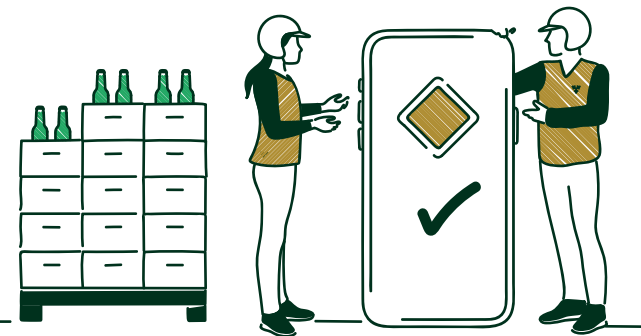
100%

供应商商业道德条款签订率

100%

供应商廉洁协议签订率

100%



²¹ https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37605/code-of-ethics-conduct_english.pdf

²² https://www.carlsbergchina.com.cn/media/37604/anti-bribery-corruption-policy_eng_aug-2019.pdf

数据安全与隐私保护

公司致力于保障企业和利益相关方所有相关用户的信息安全和隐私保护，对员工、承包商、供应商、消费者以及任何外部合作伙伴的个人隐私给予高度关注。

数据安全管理体系

我们严格遵守《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，基于《IT 资产管理流程》《安全软件开发程序》等信息安全管理标准，制定《信息安全及可接受使用政策》《记录管理与个人信息保护指引》《采购程序安全》等内部政策，建立完善的数据安全管理体系。2023 年，公司未发生数据泄露相关安全事件。

个人信息与隐私保护

在信息化飞速发展的时代，我们对保护消费者的个人隐私信息工作给予高度关注，制定并遵守《个人信息保护政策》，严格规范官方微信公众号、小程序、APP 等各类平台在收集和使用消费者个人信息时相关行为标准，对获取个人信息用于广告投放和信息共享的行为进行明确要求。同时，我们向消费者提供客服热线、邮箱等多元化渠道，全面维护消费者知情权等相关权益，避免个人隐私信息遭到侵犯。

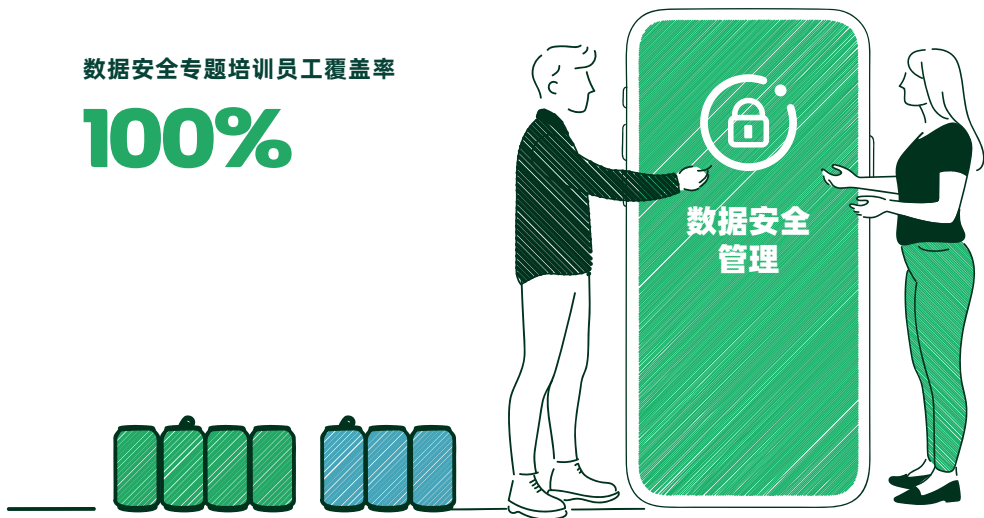
数据安全管理体系	数据保护措施	应急响应机制	数据安全评估
我们建立了完善的安全管理制度，明确信息记录管理的原则、类别、处理和保护措施，规范详细的个人信息保护程序。同时，在《员工手册》中，我们针对电脑及网络管控、数据安全和隐私保障等相关工作制定了清晰的规范和准则。此外，所有员工必须签订和遵循《信息安全及可接受使用政策》，并递交回执，共同承担保护企业信息安全的责任。	我们在设计开发核心应用程序和系统，需确保安全控制措施包含在内，保证企业软件的完整性、稳定性和保密性。其次，我们采取多样化措施对用户和员工访问数据进行严格管控，例如设置公司门禁权限、员工数据访问权限、防火墙等。同时，我们定期聘请第三方专业机构对公司应用程序进行渗透测试，及时发现并处理现有数据安全保护漏洞，并形成相关安全测试报告。此外，我们通过对供应商开展模拟和穿透性测试，定期评估考核供应商的数据安全能力，保障企业数据管理的合规性、安全性。	为最大程度地保障企业数据安全，我们针对突发数据泄露事件设立了应急机制，制定《个人信息安全事件应急预案》《突发事件应对程序》，并持续依照法律法规的更新进行调整，一旦发生个人隐私泄露事件，包括信息遭未经授权访问、公开披露、修改或丢失，我们将立即启动应急预案，及时采取相应补救措施，对安全事件展开详尽调查，并向相关机构报告处置情况等，最大程度降低负面影响。同时，我们会将安全事件的基本情况及潜在影响等信息告知消费者。此外，我们定期对数据安全运营中心的员工展开应急演练和培训。	我们会定期邀请具有专业资质的第三方机构进行漏洞扫描和安全评估，及时检测应用程序中存在的漏洞，赋予相应风险等级，并针对漏洞潜在影响给予相应修复建议。

数据安全与隐私保护培训

我们注重并强调员工对数据安全与隐私保护的意识，所有新入职员工必须在入职后 30 天内完成信息安全相关培训，全体员工至少每三年再重新学习一遍该课程。同时，针对关键岗位人员，我们将进行更严格的管控，定期为他们开展信息安全教育及培训，提升关键岗位人员数据安全与隐私保护意识与技能水平。2023 年，参与数据安全专题培训共计 6,463 人次，培训员工覆盖率为 100%。

数据安全专题培训员工覆盖率

100%



知识产权保护

品牌是现代企业最重要的无形资产之一，公司对保护自身知识产权高度重视。我们严格遵守并贯彻落实《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等法律法规的相关要求，并进一步加强与行业组织、协会、政府主管部门以及媒体之间的合作，加入中国酒业协会啤酒分会和 T541 标准委员会，同时在品牌保护和商标专利方面建立完善的内部管理制度，积极维护自身品牌合法权益，保障品牌价值，增加市场竞争力。

我们明确商标注册、专利申请和著作权登记的维护、使用、许可和转让、风险防控等原则和标准，严格规范知识产权管理工作，全方位增强对知识产权的保护力度。2023 年，公司参与啤酒质量标准制定，我们均及时进行备案申请，以保护公司知识产权。同时，我们设立个人先锋奖、666 金点子等奖项，激励内部员工积极参与公司创新研发。

此外，公司与第三方专业机构合作开展对外部侵权行为的监测，及时发现并积极对侵权事件采取有效措施予以制止，竭力保障公司品牌合法权益。2023 年，我们持续加强与内外部相关单位的协同合作，增强对市场上假冒仿冒侵权产品的打击力度，本年度，我们成功实施打击假冒、仿冒品牌行动案件 40 起，有效维护企业自身合法权益。

案例

打击“乐堡超爽”仿冒案件

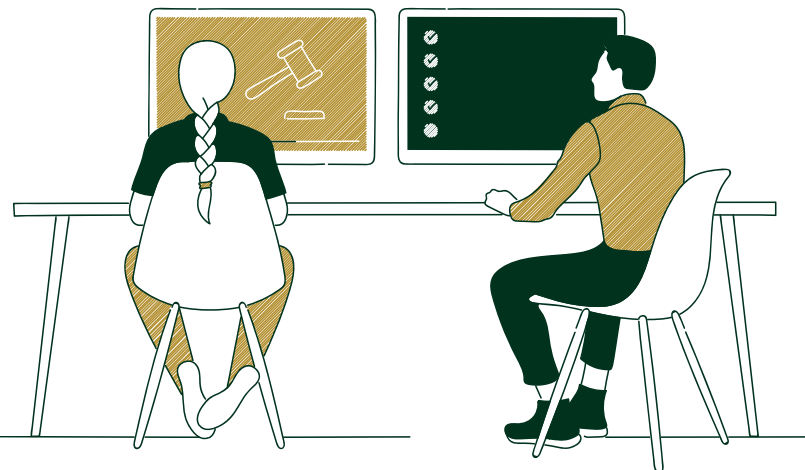
2023 年 5 月 16 日，乐堡超爽（北京）啤酒有限公司仿冒公司旗下的“乐堡啤酒”一案，被市场监督管理局判定为违反《重庆市反不正当竞争条例》第六条第四款“经营者不得销售他人实施混淆行为的商品”的规定，裁决乐堡超爽（北京）啤酒有限公司停止销售以及没收违法商品、罚款 5 万元、没收违法所得 3,481.43 元。此举不仅保护消费者合法权益，也有效维护公司旗下“乐堡啤酒”品牌形象。



打击“乐堡超爽”仿冒案件现场图

知识产权成果

	单位	专利	著作权	商标
截至 2023 年底 累计获取数量	件	139	107	567
2023 年获取数量	件	27	23	38
2023 年新增申报 数量	件	21	25	25



经销商管理

公司创立并拥有丰富的品牌资源和广泛的销售网络，经销商作为企业在市场的中坚力量，发挥着至关重要的作用。我们充分尊重以及认可每一位经销商，也深知与经销商保持良好沟通的重要性，因此我们致力于搭建与经销商稳固、高效的沟通桥梁，以保障销售网络的品质与高效运作，保障消费者享受优质服务体验。

经销商管理规范

我们制定并持续完善《产品经销协议》，明确规范经销商在产品质量、保质期、包装、品牌推广、商业道德与行为准则等多方面的标准和要求。同时，所有经销商都必须签署承诺函，并承诺其坚决不从事任何违反法律法规的不正当竞争行为、积极遵守《产品经销协议》和经销区域及经销渠道的相关要求规定等条款。我们加强对经销商销售行为的监管力度，确保其符合公平公正的原则，有效地保障经销商产品质量，促进市场竞争力提升，实现经销商与企业协同发展。

经销商考核评估

在经销商入库前，为了对经销商进行规范管理，我们针对经销商入库建立了相应的考核机制，并基于考核机制的评估标准，对经销商实施分级管理，再根据经销商的

类别，为他们量身定制业务发展规划、培养方向以及合作策略。在经销商履约阶段，我们定期在每个季度末和年末采用四个关键维度来评估和审核经销商履约表现，包括经营业绩、业务能力、渠道管理、仓储物流及数据管理，针对存在违规行为的经销商，我们立即将其划入淘汰名单并采取必要措施，利用动态管理促进打造一个健康、合规的销售网络。2023年，经销商考核覆盖率为100%，即所有已入库的经销商均在入库前通过了公司经销商考核机制。

经销商能力培养

经销商伙伴的支持和付出也是公司长远稳健发展的关键环节，因此，我们高度重视与经销商维持高效、紧密的沟通。为此，我们不断拓展多元化沟通渠道，包括组织经销商大会、实行月度拜访、开展满意度调查等方式，积极了解和回应他们的需求和建议，共同探讨业务发展策略。同时，我们还通过开展多样专项培训为经销商提供赋能支持，促进提升给予客户的产品和服务质量，与经销商伙伴持续合作共赢。2023年，我们面向经销商共开展了188场线上及线下的培训，其中开展了8场线下赋能培训（如“总裁班”“经理营”等）。

案例

首场“经理营”在华中业务单元举行

2023年10月9日至12日，华中业务单元联合重庆区域销售发展团队，在成都举办了沙盘演练及经销商经理营培训，公司销售经理与经销商伙伴共同参加了为期两天的“经理营”培训。这是公司首场“经理营”培训，是公司为赋能核心经销商管理团队、实现卓越运营而开设的全新赋能项目。在“经理营”中，大家围绕渠道布局与竞争优势建立、团队人才管理两大主题，对行业优秀案例进行了学习，以提升销售管理能力。本次培训共有31家核心经销商管理层参与。



经销商经理营培训现场

案例

经销商总裁班培训

2023年7月20日，公司2023年度经销商总裁班在深圳顺利举办，共有49家经销商负责人参与本次培训，围绕“用人、管事、理财”三大主题，共同探讨行业经验和痛点问题，为经销商精细阐述拓展经销商渠道的核心要领，细致解读关于商贸企业在税收新政的环境下合规经营相关指引，以及与经销商研讨如何将销售岗位的薪酬与绩效考核挂钩。未来，我们也将持续开展多样化、高质量培训项目，为全国经销商伙伴提供有力支持，持续优化合作关系。



经销商总裁班培训现场

附录

第三方评价

在啤酒行业朝着品质化、健康化方向发展的进程中，2023年是至关重要的一年。面对国内外经济环境深度调整、政策调控、消费者需求改变，啤酒行业展现了其坚韧和魅力。在积极贯彻创新驱动发展策略的同时，持续通过需求侧管理和供给侧结构性改革，挖掘并释放促进高质量发展的内在动力，不断优化中高端产品布局，增强产品渠道体系创新支撑，坚定推进可持续发展目标，促进产业管理、盈利、竞争、服务、可持续发展各方面能力显著提升，全面展示了中国啤酒产业永续发展的深厚潜力，整体呈现“量价齐升”的积极趋势。

在2023年中，我们也高兴地看到，重啤股份不仅在业绩方面展示出色的表现，积极适应市场变化，持续改进以满足消

费者对高品质啤酒的需求，全面促进销售、营收和利润的持续增长，在ESG方面也持续推进企业“共同迈向并超越零目标”ESG计划并取得切实的进展。

从重啤股份《2023年环境、社会和公司治理报告》可以看出，重啤股份一直坚持践行“酿造更美好的现在和未来”的宗旨，在“双碳”战略的引领下，积极响应政策号召。在环境方面，达成100%绿电使用，年平均单位水耗仅2.11 hl/hl，远领先于中国啤酒行业3.2 hl/hl的平均水平；同时，使用轻量和含60%再生材料的玻璃瓶，减少原生玻璃材料1万吨，减碳超3,000吨，持续向2040年实现全价值链净零排放的愿景迈进。在社会方面，重啤股份积极参与协会组织的全国理性饮酒宣传周活动，开展爱心助学、奖学金项目等一系

列公益活动，主动践行企业社会责任。在公司治理方面，重啤股份累计举办500余场投资者策略会及反向路演等活动，坚持与投资者维系良好沟通，促进提升公司治理能力，持续完善合规有效的公司治理体系，保证企业长期发展的稳定性与可持续性。报告系统地披露了重啤股份的ESG计划、进展和目标，以及详细的实践案例，充分展示了重啤股份围绕高端化、绿色化发展方向取得的积极进展，为中国啤酒行业提升ESG绩效发挥积极引领作用。



GRI 索引







使用说明 公司参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息，汇报期为在 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。



使用的 GRI 1 GRI 1: 基础 2021

序号	指标	指标说明	对应章节	序号	指标	指标说明	对应章节
1		2-1 组织详细情况	关于我们	24	GRI 204: 采购实践	204-1 向当地供货商采购支出的比例	负责任采购
2		2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告	25		205-1 已进行腐败风险评估的运营点	合规管理
3		2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告	26	GRI 205: 反腐败	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	合规管理
4		2-4 信息重述	关于本报告	27		205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	合规管理
5		2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于我们	28	GRI 206: 不正当行为	206-1 针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	合规管理
6		2-7 员工	零事故文化 多元、平等与包容	29		301-1 所用物料的重量或体积	零包装浪费
7		2-8 员工之外的工作者	零事故文化 多元、平等与包容	30	GRI 301: 物料	301-2 所使用的回收进料	零包装浪费
8	GRI 2: 一般披露	2-9 管治架构和组成	ESG 治理	31		301-3 回收产品及其包装材料	零包装浪费
9		2-11 最高管治机构的主席	ESG 治理	32		302-1 组织内部的能源消耗量	零碳足迹
10		2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	ESG 治理	33		302-2 组织外部的能源消耗量	零碳足迹
11		2-13 为管理影响的责任授权	ESG 治理	34	GRI 302: 能源	302-3 能源强度	零碳足迹
12		2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	主席致辞	35		302-4 减少能源消耗量	零碳足迹
13		2-15 利益冲突	合规管理	36		302-5 降低产品和服务的能源需求	零碳足迹
14		2-16 重要关切问题的沟通	关于我们	37		303-1 组织与水的相互影响	零水浪费
15		2-17 最高管治机构的共同知识	ESG 治理	38		303-2 管理与排水相关的影响	零水浪费
16		2-19 薪酬政策	多元、平等与包容	39	GRI 303: 水资源	303-3 取水	零水浪费
17		2-20 确定薪酬的程序	多元、平等与包容	40		303-4 排水	零水浪费
18	2-21 年度总薪酬比率	多元、平等与包容	41		303-5 耗水	零水浪费	
19	2-22 关于可持续发展战略的声明	关于我们	42		304-1 组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点	零农业足迹	
20	2-29 利益相关方参与的方法	利益相关方沟通	43	GRI 304: 生物多样性	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	零农业足迹	
21	GRI 3: 实质性议题	3-1 确定实质性议题的过程	重大性议题矩阵	44		304-3 受保护或经修复的栖息地	零农业足迹
22		3-2 实质性议题清单	重大性议题矩阵	45		304-4 受运营影响区域的栖息地中已被列入 IUCN 红色名录及国家保护名册的物种	零农业足迹
23		3-3 实质性议题的管理	重大性议题矩阵				



序号	指标	指标说明	对应章节
46	GRI 305: 排放	305-1 直接（范畴 1）温室气体排放	零碳足迹
47		305-2 能源间接（范畴 2）温室气体排放	零碳足迹
48		305-3 其他间接（范畴 3）温室气体排放	零碳足迹
49		305-4 温室气体排放强度	零碳足迹
50		305-5 温室气体减排量	零碳足迹
51		305-6 臭氧消耗物质（ODS）的排放	零碳足迹
52		305-7 氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	零碳足迹
53	GRI 306: 废弃物	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	排放管理
54		306-2 废弃物相关重大影响的管理	排放管理
55		306-3 产生的废弃物	排放管理
56		306-4 从处置中转移的废弃物	排放管理
57		306-5 进入处置的废弃物	排放管理
58	GRI 308: 供货商环境 评估	308-1 使用环境标准筛选的新供货商	负责任采购
59		308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	负责任采购
60	GRI 401: 雇佣	401-1 新进员工和员工流动率	多元、平等与包容
61		401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	多元、平等与包容
62		401-3 育儿假	多元、平等与包容
63	GRI 403: 职业健康 与安全	403-1 职业健康安全管理体系	零事故文化
64		403-2 危害识别、风险评估和事件调查	零事故文化
65		403-3 职业健康服务	零事故文化
66		403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	零事故文化
67		403-5 工作者职业健康安全培训	零事故文化
68		403-6 促进工作者健康	零事故文化





序号	指标	指标说明	对应章节
69	GRI 403: 职业健康 与安全	403-7 预防和减缓与商业关系直接相关的职业健康安全影响	零事故文化
70		403-8 职业安全卫生管理系统所涵盖之工作者	零事故文化
71		403-9 工伤	零事故文化
72		403-10 工作相关的健康问题	零事故文化
73	GRI 404: 培训与教育	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	多元、平等与包容
74		404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	多元、平等与包容
75		404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	多元、平等与包容
76	GRI 405: 多元化与 平等机会	405-1 管治机构与员工的多元化	多元、平等与包容
77		405-2 男女基本工资和报酬的比例	多元、平等与包容
78	GRI 406: 反歧视	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	多元、平等与包容
79	GRI 408: 童工	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供货商	多元、平等与包容
80	GRI 409: 强迫或强迫 劳动	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供货商	多元、平等与包容
81	GRI 414: 供货商社会 评估	414-1 使用社会标准筛选的新供货商	负责任采购
82		414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	负责任采购
83	GRI 416: 客户健康与 安全	416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	零非理性饮酒 产品与服务
84		416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	零非理性饮酒 产品与服务
85	GRI 417: 营销与标识	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	零非理性饮酒
86		417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	零非理性饮酒
87		417-3 涉及市场营销的违规事件	零非理性饮酒
88	GRI 418: 客户隐私	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	合规管理

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	<p>2.3 到 2030 年, 实现农业生产力翻倍和小规模粮食生产者, 特别是妇女、土著居民、农户、牧民和渔民的收入翻番, 具体做法包括确保平等获得土地、其他生产资源和要素、知识、金融服务、市场以及增值和非农就业机会</p>	零农业足迹	P25
	<p>2.4 到 2030 年, 确保建立可持续粮食生产体系并执行具有抗灾能力的农作方法, 以提高生产力和产量, 帮助维护生态系统, 加强适应气候变化、极端天气、干旱、洪涝和其他灾害的能力, 逐步改善土地和土壤质量</p>	零农业足迹	P25
	<p>3.5 加强对滥用药物包括滥用麻醉药品和有害使用酒精的预防和治疗</p>	零非理性饮酒	P39
	<p>3.6 到 2020 年, 全球公路交通事故造成的死伤人数减半</p>	零非理性饮酒 零事故文化	P39、P44
	<p>3.9 到 2030 年, 大幅减少危险化学品以及空气、水和土壤污染导致的死亡和患病人数</p>	零碳足迹 零水浪费	P17、P33
	<p>5.5 确保妇女全面有效参与各级政治、经济和公共生活的决策, 并享有进入以上各级决策领导层的平等机会</p>	多元、平等与包容	P57

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	6.1 到 2030 年, 人人普遍和公平获得安全和负担得起的饮用水	零水浪费	P33
	6.2 到 2030 年, 人人享有适当和公平的环境卫生和个人卫生, 杜绝露天排便, 特别注意满足妇女、女童和弱势群体在此方面的需求	零水浪费	P33
	6.3 到 2030 年, 通过以下方式改善水质: 减少污染, 消除倾倒废物现象, 把危险化学品和材料的排放减少到最低限度, 将未经处理废水比例减半, 大幅增加全球废物回收和安全再利用	零水浪费	P33
	6.4 到 2030 年, 所有行业大幅提高用水效率, 确保可持续取用和供应淡水, 以解决缺水问题, 大幅减少缺水人数	零水浪费	P33
	6.5 到 2030 年, 在各级进行水资源综合管理, 包括酌情开展跨境合作	零水浪费	P33
	6.6 到 2020 年, 保护和恢复与水有关的生态系统, 包括山地、森林、湿地、河流、地下含水层和湖泊	零水浪费	P33
	7.2 到 2030 年, 大幅增加可再生能源在全球能源结构中的比例	零碳足迹	P17
	7.3 到 2030 年, 全球能效改善率提高一倍	零碳足迹	P17
	7.b 到 2030 年, 增建基础设施并进行技术升级, 以便根据发展中国家, 特别是最不发达国家、小岛屿发展中国家和内陆发展中国家各自的支持方案, 为所有人提供可持续的现代能源服务	零碳足迹	P17

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	<p>8.5 到 2030 年，所有男女，包括青年和残疾人实现充分和生产性就业，有体面工作，并做到同工同酬</p> <hr/> <p>8.7 立即采取有效措施，根除强制劳动、现代奴隶制和贩卖人口，禁止和消除最恶劣形式的童工，包括招募和利用童兵，到 2025 年终止一切形式的童工</p> <hr/> <p>8.8 保护劳工权利，推动为所有工人，包括移民工人，特别是女性移民和没有稳定工作的人创造安全和有保障的工作环境</p>	<p>多元、平等与包容 以人为本</p> <hr/> <p>以人为本 多元、平等与包容 负责任采购</p> <hr/> <p>零事故文化 以人为本 负责任采购</p>	<p>P57</p> <hr/> <p>P57、P65</p> <hr/> <p>P44、P65</p>
	<p>10.2 到 2030 年，增强所有人的权能，促进他们融入社会、经济和政治生活，而不论其年龄、性别、残疾与否、种族、族裔、出身、宗教信仰、经济地位或其他任何区别</p> <hr/> <p>10.3 确保机会均等，减少结果不平等现象，包括取消歧视性法律、政策和做法，推动与上述努力相关的适当立法、政策和行动</p>	<p>多元、平等与包容 以人为本</p> <hr/> <p>多元、平等与包容 以人为本 负责任采购</p>	<p>P57</p> <hr/> <p>P57、P65</p>

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	<p>12.2 到 2030 年，实现自然资源的可持续管理和高效利用</p> <hr/> <p>12.5 到 2030 年，通过预防、减排、回收和再利用，大幅减少废物的产生</p> <hr/> <p>12.6 鼓励各个公司，特别是大公司和跨国公司，采用可持续的做法，并将可持续性信息纳入各自报告周期</p> <hr/> <p>12.a 支持发展中国家加强科学和技术能力，采用更可持续的生产和消费模式</p>	<p>零碳足迹</p> <p>零农业足迹</p> <p>零包装浪费</p> <p>零水浪费</p> <hr/> <p>零包装浪费</p> <hr/> <p>我们通过 TTZAB 计划，推动并改进公司的可持续发展事宜，并每年报告在 TTZAB 方面的重要进展</p> <hr/> <p>零碳足迹</p>	<p>P17、P25、P29、P33</p> <hr/> <p>P29</p> <hr/> <p>P8</p> <hr/> <p>P17</p>
	<p>13.1 加强各国抵御和适应气候相关的灾害和自然灾害的能力</p>	<p>零碳足迹</p> <p>零农业足迹</p> <p>零水浪费</p>	<p>P17、P25、P33</p>

SDGs	目标	TTZAB 关注领域	对应页面
	14.1 到 2025 年, 预防和大幅减少各类海洋污染, 特别是陆上活动造成的污染, 包括海洋废弃物污染和营养盐污染	零农业足迹 零包装浪费	P25、P29
	15.3 到 2030 年, 防治荒漠化, 恢复退化的土地和土壤, 包括受荒漠化、干旱和洪涝影响的土地, 努力建立一个不再出现土地退化的世界 15.5 采取紧急重大行动来减少自然栖息地的退化, 遏制生物多样性的丧失, 到 2020 年, 保护受威胁物种, 防止其灭绝	零农业足迹 零农业足迹 零水浪费	P25 P25、P33
	16.5 大幅减少一切形式的腐败和贿赂行为 16.b 推动和实施非歧视性法律和政策以促进可持续发展	根据指南行事 多元、平等与包容 以人为本 负责任采购	P72 P57、P65
	17.17 借鉴伙伴关系的经验和筹资战略, 鼓励和推动建立有效的公共、公私和民间社会伙伴关系	零碳足迹 零水浪费 社区参与	P17、P33、P66

ESG 关键指标绩效

范畴	指标	单位	2022年	2023年
环境关键绩效				
温室气体排放	使用轻燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	670.7	/
	使用重燃料油排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/
	使用天然气排放的二氧化碳	吨二氧化碳	78,209.8	79,073.73
	使用煤所排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/
	区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统）	吨二氧化碳	22,881.9	21,191.37
	所用热能产生的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	101,762.5	100,265.27
	用电排放的二氧化碳	吨二氧化碳	/	/
	酒厂总二氧化碳排放量	吨二氧化碳	101,762.5	100,265.27
	制冷剂的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	3,773.2	4,659.06
	温室气体排放量（范围 1）	吨二氧化碳	82,653.8	83,732.79
	温室气体排放量（范围 2）	吨二氧化碳	22,881.9	21,191.37
	温室气体排放总量（范围 1+2）	吨二氧化碳	105,535.7	104,924.15
生产能耗	摄于轻燃料油的总能量值	MWh	2,514.4	/
	摄于重质燃料的能量	MWh	/	/
	摄于天然气的能量	MWh	387,254.1	390,873.59
	污水处理厂产生的沼气的能量值	MWh	1,318.9	798.68
	煤的能量值	MWh	/	/
	生物质燃料的能量值	MWh	10,167.5	/

范畴	指标	单位	2022年	2023年
生产能耗	区域供热（来自标准供热系统）热量	MWh	77,829.6	72,079.48
	厂区所用总热量	MWh	479,084.4	463,751.76
	总电耗	MWh	157,141.6	160,206.54
	总热能消耗	MWh	468,970.1	454,685.71
	可再生电力百分比	%	100	100
	天然气	Nm ³	41,883,659.6	3,668,257.03
	柴油	升	266,025.6	514,718.00
水资源消耗	自备井水	立方米	451,203.0	352,450.00
	城市自来水用量	立方米	5,459,109.4	5,320,551.69
	地表水	立方米	380,982.0	403,905.00
	总取水量	立方米	6,291,294.4	6,076,915.69
	酒厂总耗水量	立方米	6,221,452.7	5,967,120.60
废水排放物	氨氮	吨	17.1	16.42
	总磷	吨	3.2	3.42
	悬浮物	吨	147.1	130.37

范畴	指标	单位	2022年	2023年
废水排放物	每百升产品产生原污水的 COD	千克 / 百升	0.3	0.30
	每百升产品产生的污水排放量	百升 / 百升	1.1	1.03
	原污水的平均 COD	克 / 立方米	66,800.9	71,902.14
	污水总排放量	立方米	3,052,268.7	2,906,624.94
	经回收处理及再利用的污水	立方米	130,696	15,428.00
包材管理	金属类	吨	25,452	29,985
	玻璃类	吨	546,641	598,826
	塑料类	吨	26,514	27,821
	纸类	吨	113,112	116,413
社会关键绩效				
安全生产	员工损失工时的受伤事故数	起	1	5
	员工工亡事故数	起	0	0
	承包商损失工时的事故数	起	1	0
	承包商工亡事故数	起	0	0
员工人数	员工总人数	人	6,765	6,869 ²³
	新进员工总人数	人	928	750
	男性员工人数	人	4,686	4,704

²³ 因京 A 品牌于 2023 年第四季度并表，故 2023 年员工总人数新增京 A 品牌 162 名员工，但员工类型划分暂未包含京 A 员工在内。

范畴	指标	单位	2022年	2023年
员工人数	女性员工人数	人	2,079	2,003
	永久员工	人	6,700	6,676
	临时员工	人	65	31
	全职员工	人	6,700	6,676
	兼职员工（含实习生）	人	65	31
	19-29岁	人	1,121	1,136
	30-39岁	人	2,561	2,566
	40-49岁	人	1,999	1,905
	50岁及以上	人	1,084	1,100
	高级管理层	人	/	89
	一般管理层 ²⁴	人	/	926
	酒厂蓝领	人	1,961	1,900
	行政类员工	人	3,849	3,792
员工流失率 ²⁵	员工总流失率	%	13.4	13.4
	男性	%	67.8	70.0
	女性	%	32.2	30.0
	19-29岁	%	28.6	25.8

²⁴ 一般管理层：涵盖中级和初级管理层。

²⁵ 员工流失率 = 员工流失总人数 / 员工人数；各类别员工流失率 = 各类别员工流失人数 / 员工流失总人数。

范畴	指标	单位	2022年	2023年
	30-39岁	%	38.9	37.3
	40-49岁	%	15.2	13.3
	50岁及以上	%	17.3	23.6
员工流失率	高级管理层	%	0.1	0.4
	一般管理层	%	9.8	12.0
	酒厂蓝领	%	24.0	28.3
	行政类员工	%	66.1	59.3
员工培训平均时长		小时	4.4	38.3 ²⁶
集体谈判员工比例		%	48.8	50.3
签订合法劳务关系的在职员工人数		人	6,765	6,707

²⁶ 员工培训平均时长 = 员工培训总时长 / 员工总人数，其中 2023 年计算分母暂不包括新增京 A 品牌的 162 名员工。

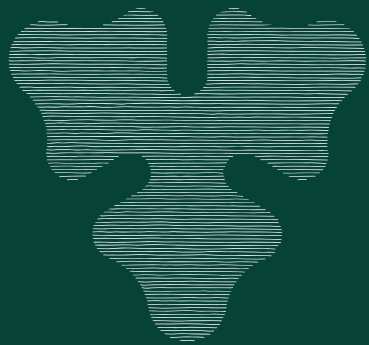
BREWING

FOR A 酿造更美好的现在

BETTER TODAY

和未来 &

TOMORROW



如您有任何问题和建议，请联系：

姓名	谢夷
职务	重庆啤酒股份有限公司高级企业事务总监
电子信箱	CNSMChinaCommunication@carlsberg.asia
联系地址	广州市天河区珠江新城金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 12&13 楼
联系电话	4001600132
网站	www.carlsbergchina.com.cn

倪菁华
重庆啤酒股份有限公司企业事务经理
CNSMChinaCommunication@carlsberg.asia
广州市天河区珠江新城金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 12&13 楼
4001600132
www.carlsbergchina.com.cn