TSINGTAO
青島啤酒

2025 环境、社会和公司治理报告

青岛啤酒股份有限公司

关于本报告

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第十八份可持续发展年度报告，本报告数据和信息涵盖青岛啤酒股份有限公司在国内拥有的56家全资和控股的啤酒生产企业及2家联营及合营啤酒生产企业，2025年1月1日至2025年12月31日期间各项可持续发展实践。基于报告的延续性和对比性，部分数据和信息不局限于2025年。

编制依据

本报告依据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》和《上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》、香港联交所《主板上市规则》附录C2《环境、社会及管治报告守则》，并参考全球可持续发展标准委员会(GSSB)《GRI可持续发展报告标准》(GRIStandards)，国务院国资委下发的《央企控股上市公司ESG专项报告参考指标体系》，中国酒业协会《中国酒类企业ESG披露指南》等相关要求编制。

编制原则

报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循重要性、量化、一致性、平衡性、准确性、可鉴证性、可比性、清晰性、时效性原则，从环境、社会和公司治理等多方面进行陈述，重点报告了青岛啤酒在产品、环境、员工、社区以及商业伙伴等各方面的可持续发展责任。

重要性

公司识别出主要利益相关方及其关注的可持续发展议题，并根据其关注议题的重要性程度，在报告中做有针对性的披露。

量化、可比性、一致性

本报告披露关键数据绩效指标，部分重点披露数据涉及三年历史数据。本报告对指标的统计及披露方式保持一致，以便利益相关方进行分析，评估公司ESG绩效水平发展趋势。

平衡性、准确性、可鉴证性

本报告内容反映客观事实，其中重点数据聘请第三方鉴定单位进行进一步的核算，以保证披露信息的内容不会对信息使用者造成误导性影响。报告内容经董事会审议通过，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

清晰性

本报告发布版本包括简体中文、繁体及英文版本，便于各投资者群体阅读了解。本报告中包含表格、图形等信息，便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息，本报告提供目录及ESG指标索引表。

时效性

本报告为年度报告，与公司年度财务报告一同发布，为利益相关方决策提供及时的信息参考。

指代说明

报告中青岛啤酒股份有限公司简称为“青岛啤酒”或“公司”或“我们”，本报告版权归青岛啤酒股份有限公司所有。

发布方式

本报告以中文、英文两个语言版本发布。若内容理解不一致，请以中文版本为准。报告可在本公司网站查阅(网址：www.tsingtao.com.cn)。

目 录

董事长致辞 2
可持续发展指标 4
关于我们 6
公司治理 7
ESG治理 10

01 品质筑基——122年只为酿造好啤酒
食品安全与质量 16
产品全过程管理 21
科技引领 创新驱动 25

02 向绿而行——为了更美好的世界
应对气候变化 34
水资源利用 46
能源管理与高效利用 47
环境合规管理 49
绿色行动 53

03 以人为本——给奋进者舞台 为成就者喝彩
职业健康与安全 60
权益与保障 62
员工成长与发展 65
员工关爱 68

04 责任担当——创造可分享的社会价值
可持续供应链 72
关爱社会 76

2025年青岛啤酒荣誉（部分） 81
第三方评价 82
ESG指标索引 84
您的反馈 89

董事长致辞

2025 年，啤酒行业消费升级与产业转型深度交织，市场需求更趋多元。青岛啤酒立足酿造主业、坚守实业初心，以干字当头、稳中求进的实干作风，不断夯实可持续发展韧性、加速培育新质动能。公司始终坚持与时代同频、与社会共生、与自然相融，统筹经济效益、生态效益、社会效益协同发展，持续为消费者、员工、投资者、合作伙伴及行业、社会创造可持续价值，走出了一条兼具行业特色与时代内涵的发展之路。

青岛啤酒股份有限公司

党委书记、董事长、总裁

责任铸底色 创新促发展

向新提质，锻造发展新引擎

2025 年，我们全力推动新产品、新渠道、新场景、新人群、新需求“五新”战略落地生根，激活增量引擎。在科技创新上，依托高能级科研创新平台与四获国家科学技术进步二等奖的硬核实力，围绕“啤酒 + 生物”战略开展前瞻性技术研发，推动生物制造项目产业化落地，生鲜啤酒保鲜与副产物高值化技术等两项科技成果，获国际领先鉴定；在质量管理创新上，建立覆盖产品全生命周期的食品安全管理体系、全链条的食品安全管控体系、风险物质检测方法数据库并使之达到国际先进水平；深耕产品创新，2025 年研发推出轻干型啤酒、樱花味茉莉花味白啤、高端精酿、风味果啤等 20 余款新品，精准响应多元细分消费需求；加快新渠道拓展，搭建公域 + 私域 + 内容一体化体系建设，全面推广 7 天精品原浆“新鲜直送”模式，覆盖全国 38 个城市超 1100 家门店，实现模式行业领先；深耕消费场景，联动中超赛事、澳网公开赛等 IP 开展推广，“青岛啤酒交易所”等火爆出圈，持续引领消费新潮流；布局新赛道，围绕“啤酒 +”搭建消费新生态，深化现代制造业与时尚文旅、智慧物流、数字科技的跨界“两业”融合，不断提升产业能级与核心竞争力。

生态底色，绘就产业新图景

2025 年，秉持“为了更美好的世界”的环境观，我们以全球行业首座“可持续灯塔工厂”为标杆，稳步推进青啤二厂、潍坊公司、青啤五厂等高端化、智能化、绿色化生产基地建设；用覆盖全价值链的“含绿量”换来了高质量发展的“含金量”。定点梳理、精准减排啤酒生产的过程中的碳足迹，一是调整用能结构，持续加大清洁能源应用力度，推广光伏、生物质能等绿色能源，可再生能源电力使用占比达 91%；二是创新实施二氧化碳回收、热能中心及热泵技术等管理优化和节能新技术，形成了一揽子节能低碳“打法包”，“十四五”以来公司碳排放降低 60%，2025 年新增 7 家国家级绿色工厂，累计 30 家居行业首位。作为产业链“链主”企业，联动上下游协同减碳、绿色升级，打造生态产业集群，探索传统制造业循环发展的全新路径。

责任筑基，厚植价值新内涵

百余年来，坚守“好人酿好酒”的百年世训，青岛啤酒将“质量为基”牢牢铸在企业发展的底座上，每一瓶高质量的产品，是我们向社会传递责任的“第一份答卷”。2025 年，秉持“为生活创造快乐”的使命，我们将社会责任深度融入经营发展的每一个环节：在稳健经营中提质增效，为投资者创造长期价值，切实履行经济责任；持续推进乡村振兴帮扶项目，建设酒花、大麦特色产业基地带动农户增收；常态化开展公益助学、应急救灾、生态环保志愿行动，用爱心回馈社会；建立供应商分级管理与绿色准入机制，与供应商、经销商携手共赢，构建价值共享的产业生态，筑牢百年品牌的信任根基。

百廿新程，步履不停。我们以向新而行的活力、向绿而兴的定力、向善而为的初心，在可持续发展之路上步履更稳。面对行业发展新机遇与新挑战，以可持续发展的坚实韧性应对变局、开拓新局。与价值链伙伴、社会各界同心同行、携手共进，向着“拥有全球影响力品牌的世界一流企业”笃定前行，用实干实绩书写企业可持续发展的崭新篇章！

可持续发展指标

经济责任

公司历年来重视对投资者的回报，累计 29 年现金分红（自 1993 年上市以来至 2024 年）
185.78 亿元

2025 年销售量
764.82 万千升

2025 年营业收入
324.73 亿元

2025 年归属于母公司股东的净利润
45.88 亿元

2025 年每股收益
3.363 元

2025 年每股社会贡献值
11.942 元

环境责任

国家级绿色工厂数量
居啤酒行业 **首位**

2025 年新增国家级绿色工厂数量
7 家

累计国家级绿色工厂数量
30 家

累计碳中和工厂数量
4 家

2025 年使用可再生能源电力工厂数量
57 家

2025 年 100% 可再生能源电力使用工厂数量
36 家

2025 年可再生能源电力使用占比
91 %

累计废水价值项目推广签约工厂数量
37 家

2025 年温室气体排放总量（范围 1+2）较 2024 年降低
13.8 %

2025 年温室气体排放总量（范围 1+2+3）较 2024 年降低
5.3 %

2025 年啤酒生产单位产品耗水量较 2024 年降低
1.5 %

2025 年温室气体排放密度（范围 1+2）较 2024 年降低
13.5 %

2025 年温室气体排放密度（范围 1+2+3）较 2024 年降低
5.1 %

2025 年啤酒生产单位产品综合能耗密度较 2024 年降低
3.1 %

社会责任

2025 年研发费用金额
1.2 亿元

累计青啤奖学金捐赠金额
650 万元

累计青啤奖学金捐助学生人数
2,128 人

2025 年员工培训支出金额
2,888.2 万元

2025 年员工培训覆盖率
100 %

2025 年员工人均培训时长
61 课时

累计支持残疾人事业捐助
258 万元

2025 年救助重大疾病员工支出数额
66.9 万元

2025 年员工关爱基金捐款数额
60.66 万元

2025 年救助重大疾病员工人数
19 人

关于我们

青岛啤酒始建于 1903 年，是中国历史悠久的啤酒制造厂商。于 1993 年在上海和香港两地上市，是中国内地第一家在香港上市的企业，在国内拥有 56 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业，规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位。产品远销 120 多个国家和地区，是国际市场上最具知名度的中国品牌之一，2008 年北京奥运会与北京 2022 年冬奥会官方赞助商。

建党 100 周年之际，青岛啤酒公司党委荣获“全国先进基层党组织”荣誉称号；两次荣获国家质量奖，中国质量奖提名奖，荣获啤酒行业仅有的 4 项国家科学技术进步奖二等奖；青岛啤酒厂获评全球首家啤酒饮料行业工业互联网“灯塔工厂”、全球首家食品饮料行业“可持续灯塔工厂”；产品屡获欧洲啤酒之星大奖、世界啤酒锦标赛金奖、布鲁塞尔啤酒挑战赛金奖、亚洲国际啤酒大赛金奖。2025 年公司上榜首批“中国消费名品”、党建成果荣获“第七届基层党建创新案例”奖、2025 年企业党建十大突破性课题、荣获上市公司董事会最佳实践案例、ESG 案例入选国务院国资委《国资国企社会责任蓝皮书》、荣获第十届亚洲质量改进与创新案例大赛一等奖、入选 Kantar、Google、Forbes 等多个中国全球化品牌榜单，获得 Transform Awards Asia 亚洲品牌金奖、蝉联 Brand Finance 全球啤酒品牌力冠军。

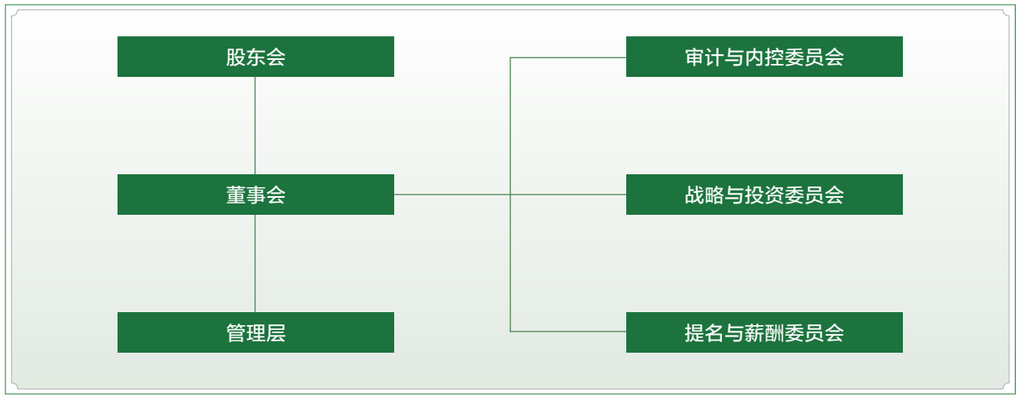
青岛啤酒以“为生活创造快乐”为使命，秉承“好人酿好酒”的百年世训，守正创新、行信致远，致力于打造“成为拥有全球影响力品牌的世界一流企业”。

公司治理

青岛啤酒建立了完善的公司治理架构，在国内上市公司中率先建立了外部董事占多数的董事会架构，明晰各层级管治责任，并建立畅通的信息沟通机制和持续加强的全面风险管理体系，全面推进合规经营，促进公司持续健康发展。

治理体系

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规和监管要求，制定一系列管理制度，建立科学高效的决策机制，形成了各司其职、协调运转、有效制衡的治理体系，公司董事会设立了审计与内控委员会、战略与投资委员会和提名与薪酬委员会三个由独立非执行董事为主构成的专业委员会，促进了公司治理结构的有效运作，充分保障公司高效、科学经营。



◆ 公司治理架构

◆ 青岛啤酒公司第十一届董事会成员

董事会有效性

公司定期召开董事会会议，推进战略决策制定，确保运营合规高效。2025 年根据境内外证券监管法律法规和交易所上市规则的要求，结合公司治理实践，年内依法合规组织召开公司董事会及专门委员会、监事会及股东会会议，合规提报及审议相关议案，并及时履行信息披露义务，共召开股东会 1 次、董事会 9 次、监事会 3 次、董事会审计与内控委员会会议 7 次、董事会提名与薪酬委员会 4 次、董事会战略与投资委员会 5 次，审议批准了公司年报、利润分配预案、年度内部控制评价报告、半年报、季报以及与年报相关的议案等，充分发挥了董事会的科学决策作用和监事会的依法监督作用。

2025 年 5 月 20 日，公司召开 2024 年年度股东会，审议通过关于重选及选举第十一届董事会执行董事、独立董事的议案，并接续召开新一届董事会的第一次会议，审议通过选举董事长、选举董事会下设专门委员会组成人员及聘任新一届高管团队等议案，公司董事会换届这一治理核心节点顺利完成。5 月 22 日，公司召开了第六届第六次职工代表大会，选举出公司第十一届董事会职工董事，与股东会选举产生的 8 名董事共同组成公司第十一届董事会。

根据《公司法》及中国证监会规定，公司于2025年5月20日召开股东会取消设置监事会，由董事会审计与内控委员会行使《公司法》规定的监事会的职权，并同步修订《青岛啤酒股份有限公司章程》《青岛啤酒股份有限公司股东会议事规则》《青岛啤酒股份有限公司董事会议事规则》，废止《青岛啤酒股份有限公司监事会议事规则》。

董事会独立性及多元化建设

公司新一届董事会由 3 名执行董事、1 名职工董事和 5 名独立董事组成，均符合中国证监会和香港联交所要求的独立性。其中独立董事由具有经济、法律、会计、营销等专业领域背景的专家和学者组成，为公司的战略决策、经营发展及公司治理等重大事项提供独立、专业的决策意见。

公司董事会成员中包括 3 名女性，满足香港联交所上市规则有关董事会成员多元化的性别组成要求。

信息透明

根据上交所和港交所两地上市规则要求，依法合规编制、审议及披露公司定期报告和其他临时性公告，保持了信息披露合规无差错。年内，在上交所网站和香港联交所网站共发布公告 215 份。

公司严格遵守境内外监管规定和上市规则的要求，不断完善、提升公司治理水平并致力于规范运作，获得了一系列的奖项：

- 中国上市公司协会颁发的“2025 年度上市公司董事会最佳实践案例”“董办最佳实践案例”及“年报业绩说明会优秀实践”
- 上海证券交易所信息披露 A 级评级
- 中国证券报“2024 年度金信披奖”和“2025 年度公司永续经营奖”
- 证券时报第十六届“天马奖”投资者关系管理奖项
- 全景网第六届投资者关系评选“杰出 IR 团队”和“杰出机构关注奖”
- 青岛辖区第十六届“2025 年度投资者保护工作先进单位”

风险控制与管理

公司严格依照中国证监会、上海证券交易所、香港联交所及《公司法》《公司章程》《证券法》等法律法规体系的要求，持续完善风险管理体系，保证公司战略目标的实现，提升公司内部控制管理水平。相继发布了《内部控制指引》《风险管理制度》和《风险评估管理程序》等制度，明确公司及所属单位风险管理职责和权限，每年按照计划组织公司全面风险评估和专项风险评估。制定了《内部控制评价管理规定》及《内部控制评价实施办法》，组织建立了三级内控评价体系，即建立总部独立内控评价、总部职能部门内控评价和分（子）公司自我内控评价相结合的三级内控监督机制，通过实施内控评价，跟踪内控整改，合理地保障了内控制度执行的有效性，防范经营管理风险。另外，公司还聘请了第三方对公司进行内控审计，促进公司内控管理水平的提升。

公司识别对可持续发展有重大影响的ESG风险和机遇，并将风险应对策略和控制措施纳入日常经营管理。持续优化《风险管理制度》和《风险评估流程》等相关制度和流程，制定了风险分类框架，框架涉及 14 大类 64 小类风险，涵盖生产经营的主要方面，还结合 ESG 风险评估的结果，制定 ESG 战略和管理优先事项，以应对内外部的 ESG 风险和机遇，确保战略和实践与企业的长期目标保持一致。相关职能部门加强沟通与协同，共享 ESG 相关的数据和信息，评估 ESG 风险的变化趋势和潜在影响。内控主管部门及相关职能部门每年度至少组织一次 ESG 风险评估或专项风险评估，对 ESG 风险管理体系的有效性进行评价，以确保该体系的稳健运行。

商业道德与合规

公司严格执行《中华人民共和国宪法》《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国监察法实施条例》，并落实《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》中关于禁止贿赂、勒索、欺诈、洗黑钱的有关规定。公司严格遵守《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》等法律法规要求，已制定并遵守《青岛啤酒反垄断合规专项指引》，严格禁止横纵向垄断协议、滥用市场支配地位等不当行为，保障销售环节合法合规。报告期内，公司未发生因垄断或不正当竞争被监管部门处罚的事件。2025年公司共计开展了30余次公平竞争合规培训，全部覆盖营销职能及下属单位。

公司持续完善合规管理体系，优化合规管理组织架构，构建分级分类的合规管理制度体系，建立事前预防、事中控制、事后考评多层级的合规风险防范机制。为持续提升全员合规意识与技能，公司积极营造合规文化氛围，开展丰富多样的合规文化宣贯活动，其中“合规讲堂”已累计开展 48 期，取得了良好成效。

公司要求全体员工、商业伙伴共同恪守商业道德，教育员工诚信经营、廉洁自律，坚决杜绝腐败行为。公司组建合规、审计、纪检监察队伍，开展监督检查、合规审查、专项审计、责任追究等工作，公司构建“综合监督”体系，建立违规举报平台，提供多种举报渠道，以防范和化解各类风险，保障公司合规经营。

知识产权保护

公司遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等知识产权相关法律法规，2025年修订《知识产权合规管理手册》等内部制度，持续运行完善知识产权合规管理体系，规范公司商标、专利、著作权等知识产权的确权、维护与使用，并避免侵犯他人的知识产权，为公司高质量创新发展提供保障。

ESG 治理

董事会 ESG 声明

青岛啤酒高度认同环境、社会和公司治理(ESG)对公司长久稳健经营的重要性。本公司及董事会遵循中国证监会《上市公司治理准则》及上海证券交易所《上市公司自律监管指引第1号——规范运作》《上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》、香港联交所《主板上市规则》附录C2《环境、社会及管治报告守则》的各项要求，构建了职权清晰、分层管理、权责明确的“决策层 – 监督层 – 执行层”三级ESG管治架构，持续加强董事会在公司ESG事务中的监督与参与力度，积极主动将ESG融入公司发展战略、重大决策与生产经营，建立了有效的ESG管理机制和治理机制。

决策层：董事会设立战略与投资委员会，对公司环境、社会和公司治理相关政策和策略进行审阅，确保其符合法律、法规和标准；青岛啤酒董事会战略与投资委员会设召集人一名，由公司党委书记、董事长担任，其他三位成员为独立董事。战略与投资委员会对公司的环境、社会和公司治理相关风险及机遇进行评估和梳理；审查公司环境、社会和公司治理及内部监控系统，就其适当性和有效性向董事会提出建议；对公司环境、社会和公司治理相关工作的目标和实施情况进行审查和监督，评估工作情况；审阅公司对外披露的环境、社会和公司治理报告；对公司环境、社会和公司治理管理愿景、目标及策略的制定进行指导。

监督层：青岛啤酒成立环境、社会和公司治理工作领导小组，制定公司的ESG 管理整体规划、制度、方针、策略及目标；根据整体 ESG 策略和方向研究具体工作；识别 ESG 风险，并进行内外部重要性评估等工作；制定ESG 工作计划并设定工作目标，统筹、协调与指导 ESG 相关职能部门设定关键绩效指标并持续优化；辨识 ESG 相关数据来源，并制定日后收集有关数据的管理政策等；统筹、协调与指导 ESG 相关职能部门共同推进工作的有效落地；及 ESG 报告整体编制和其他相关工作。

执行层：青岛啤酒 ESG 工作领导小组下设涵盖各部门、各单位的环境、社会和公司治理三个专项工作组，负责公司整体的环境、社会和公司治理领域目标和关键绩效指标；根据目标和关键绩效指标确定举措并开展相关工作，持续优化；对相关工作进行定期回顾和反馈；负责收集、整理外界环境、社会和公司治理等相关信息，并对实际工作的开展提供建议。

◆ 公司可持续治理架构

利益相关方沟通

我们坚持构建有效的沟通机制，同利益相关方建立紧密联系，通过面对面会议、现场调研、信息发布平台、官网、官方微博、微信、服务热线、新媒体平台、电子邮件、电话会议等多元形式与利益相关方进行更积极、广泛的交流与沟通，主动收集利益相关方关注的议题，并将之融入到公司有关决策制定当中。通过定期的沟通，有效地向利益相关方全面传递公司的高质量发展成果及公司战略规划，同时也通过了解他们对青岛啤酒可持续发展的期望与反馈，从而提升企业可持续发展的能力，助力公司高质量发展。

利益相关方	关注内容	沟通及回应方式
消费者	安全、健康、高品质产品 多元化的产品选择 优质、完善的客户服务	负责任营销宣传 提供沉浸式体验 服务热线及多渠道沟通
环境	减少污染 应对气候变化 绿色低碳发展 发展循环经济	信息公开 开展生态环保项目 公益环保宣传
投资者与股东	稳健合规运营 资产保值增值 获得合理可持续的回报 重大事项信息及时披露 创新可持续发展	股东大会或专项会议 路演交流活动 及时发布企业年报、公告信息
员工	安全健康工作场所 完善的工资与福利保障 职业发展平台	员工满意度调查 职工代表大会 员工面谈 绩效考核 公司内部企业文化传达平台 员工活动与培训
商业合作伙伴	遵守商业道德、诚实守信 推动产业链健康发展 互利共赢、共同成长	供应商大会、经销商大会、金鹰会、沟通会、走访等信息交流、分享、培训 电话、邮件等各类通信工具 行业会议与展览
政府与监管机构	引领行业发展 合规运营 依法纳税 贡献地方经济发展 解决就业	监管考核 专项会议 专题汇报 信息披露
行业协会	产品质量 行业合作和发展	参与行业协会相关标准制定 加强与协会定期交流 参与协会倡议与活动
社区和 NGO	公益慈善活动 助力社区发展与进步 加强媒体沟通	社交媒体 现场参观 公益慈善、乡村振兴、啤酒节等 公司网站及相关平台信息披露

议题重要性评估

双重重要性分析

公司高度重视可持续发展议题的识别、评估与管理。2025 年，我们基于往年重大性议题矩阵，根据监管要求并结合企业实际情况，通过分析公司业务环境、议题识别、开展利益相关方调研、进行双重重要性评估、审核确认议题等步骤分析各议题对公司可持续发展的影响程度以及利益相关方的关注程度，综合判断 2025 年影响重要性和财务重要性议题排布情况，进而形成公司 2025 年双重重要性议题矩阵。

议题双重重要性分析流程

了解公司活动和业务背景

了解公司内外部客观背景以及可持续发展背景，参考目前 ESG 外部环境发展趋势、对标同业以及国内外 ESG 相关的标准、指南、框架内容，结合公司发展现状，识别出与公司紧密相关的重点领域；根据《指引》要求、结合公司特点，建立可持续发展议题清单。

开展利益相关方调研

识别重点利益相关方；通过开展利益相关方调研，与可持续发展领域专家、相关部门负责人员沟通访谈，针对影响重要性及财务重要性设置问卷调研等，深入了解利益相关方关注重点。

进行双重重要性评估

从影响重要性程度、财务重要性程度进行评估，综合多方意见及专家建议，形成评估结果。

议题审议与确认

将双重重要性议题分析矩阵提交 ESG 决策层公司董事会及战略与投资委员会审核确认，在报告中进行披露。

议题重要性分析结论

01

品质筑基
——122年只为酿造好啤酒

近年来，青岛啤酒聚焦传统制造智能化、绿色化、融合化转型，持续提升技术、生产、管理等创新水平，以“为生活创造快乐”为使命，将“打造魅力感知质量”作为公司质量理念，把握消费趋势，持续激发创新动力，优化服务体系，通过发力“五新”方向，在新产品、新渠道、新场景、新人群、新需求等方面寻求新增长点，不断满足消费者多元化、个性化、便捷化、场景化需求。

- 食品安全与质量 16
- 产品全过程管理 21
- 科技引领 创新驱动 25

食品安全与质量

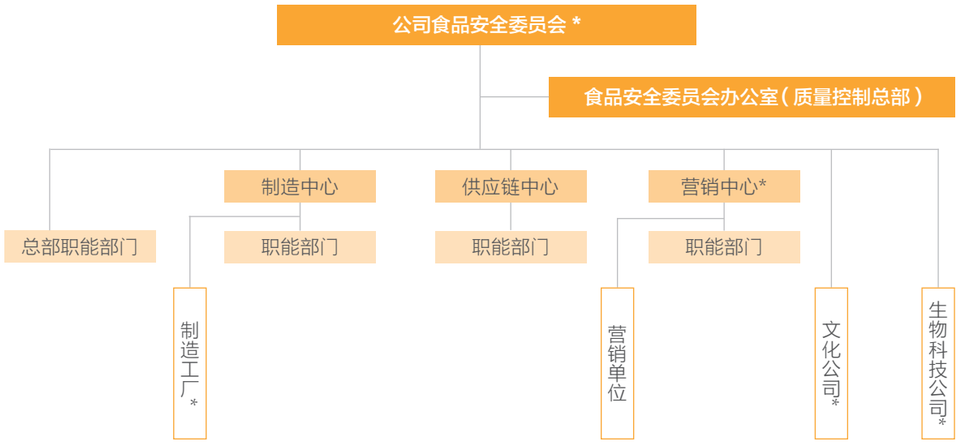
122年来，青岛啤酒始终将“质量”筑牢在百年发展的根基上，秉持“打造魅力感知质量”的理念，坚守“好人酿好酒”的百年世训，从原料筛选到酿造工艺的每一个环节都精益求精。

治理

公司严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《中华人民共和国产品质量法》《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》《食品生产许可管理办法》《食品安全抽样检验管理办法》以及GB14881《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》、GB5749《生活饮用水卫生标准》、GB/T4927《啤酒》等要求，确保产品指标、生产卫生规范等均符合国家法律法规及食品安全国家标准要求。建立了从上至下的质量管理架构，搭建了完善的质量管理体系。2025年青岛啤酒更新发布《食品安全手册》，涵盖食品安全主体责任制、食品安全前提方案的建立与实施、食品安全风险防控动态管理机制、食品安全绩效评价与持续改进；明确了各层级食品安全委员会与各食品生产经营单位的工作规范。

管理架构

公司设立以总裁为主任的食品安全委员会，负责研究部署、统筹指导公司食品安全工作，食品安全委员会办公室设在质量控制总部，负责公司食品安全体系的建设，并对体系运行情况进行评价及持续改进。



备注：*代表不同级别食品安全委员会

◆ 公司食品安全管理架构图

公司下属各食品生产经营单位设立本单位食品安全委员会，依法配备食品安全总监与食品安全员。各食品生产经营单位、各职能部门负责人对本单位食品安全工作全面负责，食品安全总监、食品安全员按照岗位职责协助负责人做好食品安全管理工作。

质量管理体系

青岛啤酒建立标准化的质量管理体系与模式，构建覆盖全业态、全链条、全品种的食品安全与质量管理体系，实施食品安全与质量数智化协同监管机制。遵循GB/T22000/ISO22000《食品安全管理体系_食品链中各类组织的要求》、FSSC22000食品安全体系认证、GB/T19001/ISO9001《质量管理体系要求》等食品安全与质量体系要求，通过了HACCP食品安全管理体系认证、FSSC22000食品安全体系认证，实施TACCP食品安全防护体系，对全供应链实施食品安全第三方检测监控，并实施了VACCP防欺诈管理体系。

为持续筑牢品质根基，青岛啤酒建立了贯穿全过程的“检验+品评”双把关的质量保证体系，通过高标准建设与数字化赋能，推进质控体系向标准化、智能化、高效化演进。

践行“四个最严”	预防为主	风险管理	全程控制	全员共治
食品安全管理遵循习近平总书记提出的“最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责”，确保“舌尖上的安全”。	食品安全工作实行预防为主，各项工作关口前移，通过加强食品安全管控，消除隐患，防患于未然。	建立健全食品安全风险防控动态管理机制，做好食品安全风险监测、风险评估、风险措施制定、风险管控等工作。	建立并实施从农田到餐桌的全过程的食品安全管理制度，覆盖从原料采购到生产过程、产品流通等全流程。	横到边纵到底落实食品安全主体责任和管理责任，人人都是食品安全责任人，营造同心共护食品安全良好氛围。

◆ 青岛啤酒食品安全方针

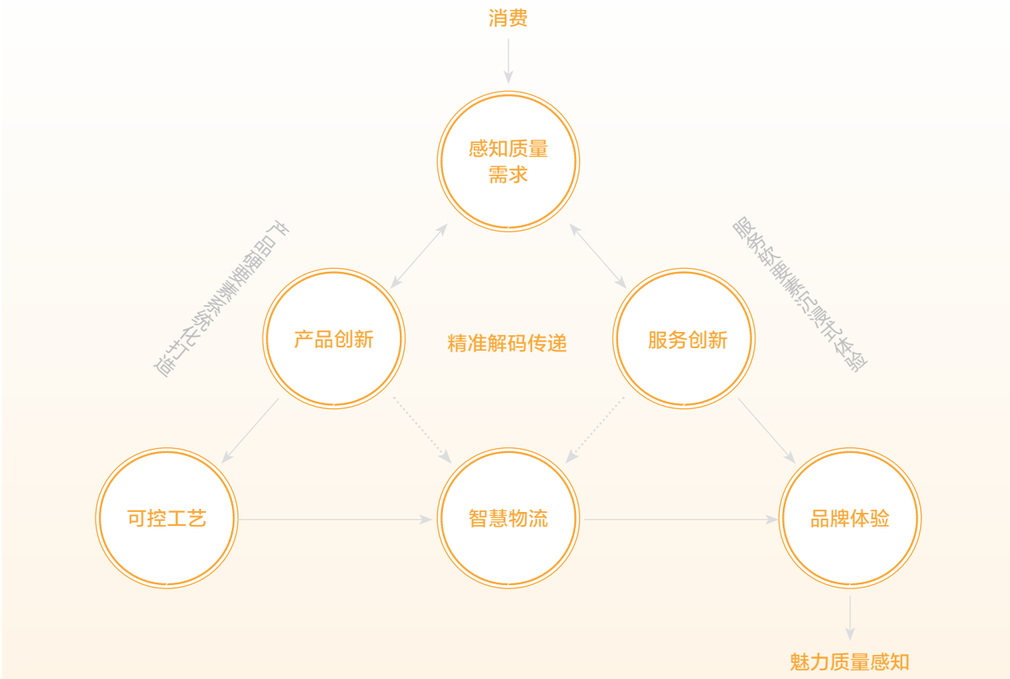
战略

公司持续关注消费者的“基本需求”与“变化需求”，不断挖掘“潜在需求”，“基于数字化端到端解码的魅力感知质量”管理模式在实践中应运而生，从“产品硬要素系统化打造”与“服务软要素沉浸式体验”两条路径出发，不断丰富和深化质量内涵，建立“感知质量需求、产品创新、可控工艺、服务创新、智慧物流、品牌体验”六大端到端的精准解码传递，为消费者提供高品质产品与服务。

“基于数字化端到端解码的魅力感知质量”管理模式

文化引领

好人酿好酒，为生活创造快乐



系统支撑

标准化控制体系　专业化人才团队　数字化管理平台　全程化感官评价

落实食品安全主体责任制与风险防控动态管理机制

青岛啤酒把食品安全控制纳入到战略管理和质量控制的首位，以《食品安全手册》为根本遵循，建立健全食品安全主体责任制和食品安全风险防控动态管理机制，横到边纵到底强化落实食品安全主体责任，2025年度各业态自高层管理人员到一线岗位人员共签订3万余份食品安全目标责任书，将食品安全职责落实到岗位落实到个人。

青啤公司依据国家市场监督管理总局令第97号《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，建立基于食品安全风险防控的动态管理机制。强调事先预防，以市场监管总局各品种《食品安全风险管控清单》为基础，以国家卫生规范要求、HACCP食品安全体系、TACCP食品防护体系、VACCP食品防欺诈体系要求为抓手，结合青岛啤酒风险管控实际，建立各业态各品种“区域分级管控+全过程管控”《食品安全风险管控清单》并落地日管控、周排查、月调度，防范食品安全问题的发生，充分保障产品食品安全。

实施全链条食品安全与质量数智化协同监管机制

物料把关	对所有涉及食品安全指标的物料以及关键包材供方进行前置把关。
物料承运	实施原料承运全过程查验；原料承运数字化管理平台（鸿鹄系统）对“人、车、货、行”实施数字化监控，联动提升了原料承运端食品安全保障能力和食品防护水平。
生产过程	完成食品防护配置与管理标准化——制造工厂界定食品防护等级，清晰划分分级区域，严格各区域人员权限管理与行为规范。通过业务流程优化、人员统筹组织、机械替代人工等手段，提升安全水平。重点监控区域视频监控升级为AI智能人员行为识别系统，实现非权限人员接近即识别报警。
	全面引入实验室信息管理系统(LIMS)——对接啤酒生产全业务流程，实现对所有质量检验检测任务的自动触发、指标的自动采集和检验检测过程的高效管理。
	推动质量保证体系六维度优化管理——在“人、机、料、法、环、测”六个维度的统一优化，持续培养“一岗多能”的复合型检验校准人员，并借助LIMS系统，将检测与校准管理从“后台”推向“前台”，构建了更简洁、高效、精准的数字化质量保证体系。
市场监管	行业首家实施市场产品第三方独立抽样检测制度，对市场产品进行全覆盖监控。自主研发生鲜售酒机可移动自动清洗系统及数字化管理平台，实现对设备清洁流程的远程精准监控。构建覆盖常规监督、专项品评与重大节点保障的立体化监管模式，形成系统化的市场治理方案，全面推动生鲜渠道运营标准化、管理精细化。
产品物流	运输管理系统(TMS)覆盖所有发运订单，工厂发货端－经销商收货端全过程监管；推进青岛智慧融合仓模式，保证仓储存货质量及产品新鲜度，提升了产品运输贮存端本质安全。

食品防护由公司内部向供应链上下游延伸

与上游供应商共同完善并实施覆盖整个原料供应链的食品防护措施。所有原料承运商均完成提前登记，签署《无不良记录承诺书》，原料运输车辆进厂提前预约，严格核对查验相关信息；加强下游成品承运商食品防护管理。运用运输管理系统TMS、北斗定位、电子签章等技术手段，加强运输全过程防护及轨迹管理，并启动常态化物流质量安全核查等，确保成品物流质量全程可控可追溯。

指标与目标

2025年国家监管部门查核青岛啤酒公司工厂共94次，无违法违规无行政处罚事项；国家监督抽检共238批次，产品100%合格。未出现已售或已运送产品因安全与健康问题而被召回的事项及产品。

食品安全与质量管理目标

食品安全零事故	食品安全指标及质量国标项符合率 100 %

作为代表企业出席“中国质量大会”

2025年9月16日至17日，以“质量：赋能新质生产力”为主题的第六届中国质量大会在南京举行。青岛啤酒作为行业唯一受邀企业，出席“中国质量大会”并作发言。青岛啤酒党委书记、董事长姜宗祥以《向“新”而行 以“质”致远》为主题，分享百年品牌构建创新性质量管理体系推动高质量发展，服务美好生活的生动实践。

全国质量月期间，青岛啤酒还作为饮料行业代表登上央视2025年9•15“中国品质生活”晚会舞台，以坚持技术攻坚、探索品质跃升的故事，引发大家对中国啤酒产业质量变迁的共鸣。

◆ 青岛啤酒党委书记、董事长姜宗祥作主题发言

接续举办第47届提高质量纪念日大会

2025年4月10日，青岛啤酒举办第47届提高质量纪念日大会，当天，青岛啤酒公司领导、总部职能部门负责人、本埠工厂总经理、全国各工厂酿酒师以及青啤魅力感知质量全链条上的代表，齐聚青岛啤酒的发源地登州路56号，通过主题宣贯、质量宣誓、致敬匠星、质量目标责任书签署等活动，持续深化全员全链品质匠心，持“质”以恒为引领消费新需求再聚新动能。会上，青岛啤酒对第十届职业技能获奖者代表、职工质量改进与创新案例进行表彰。

◆ 公司魅力感知质量全链条上的代表人员进行质量宣誓

登榜首批“中国消费名品”

2025年4月，由工业和信息化部联合多部委评定的首批中国消费名品名单重磅发布。百年品牌青岛啤酒以卓越品质与全球品牌影响力，成功入选该名单，成为首批获此国家级权威“严选”的消费品牌之一。

中国消费名品方阵建设从三个维度构建以企业品牌和区域品牌为主体的中国消费名品体系。此次青岛啤酒入选首批“中国消费名品”时代优品，该维度注重产品竞争力，是新中国成立以来质量过硬、美誉度高，在人民群众中影响深远的优质品牌。

产品全过程管理

青岛啤酒建立标准化的质量管理体系与模式，实施端到端全过程质量监控，从原料、生产、物流、终端等各环节建立健全质量监控体系，实施产品全过程严格把关。

甄选优质原料

我们严格筛选原辅料供应商，对于在资质管理、产品监控、现场审计方面出现问题的供方实行“一票否决”机制，切实把好质量第一道关。我们甄选酿造风味、性能最优质的原料，对大麦、酒花等原料设置严格的筛选标准与处理程序，全面保障原料的安全与品质。

1,800多个质量检测点

秉持“不合格原辅料不使用、不合格产品不出厂”原则，并对每瓶啤酒实施超过1,800多个质量检测点。建立统一的检测方法，建立了覆盖原辅材料、半成品至成品的统一检测标准体系与377项标准化操作规程(SOP)，并运用ERP质量数据系统实现统计分析，促进质量改进，对质量进行全面监控。

实施全方位的品评把控

创新三级品评体系，精准驱动质量提升

行业首创完善的三级品评体系，实现原料、生产、物流、终端全过程品评把关覆盖。创建原料前置品评把关模式，先行精准识别质量风险，不合格不发货。建立“基础质量+典型风味”10分制品评评价标准，持续驱动产品口味优化；建立品类集中品评机制，精准识别细微风味差异，提升同品类口味一致性与不同品类产品的差异性；聚焦新产品、九大系列产品开展专项口味评价，驱动产品创新迭代；助力实现产品基础质量更稳固，特色质量更鲜明，魅力质量更突出。

“基础质量+典型风味”品评
↓
品类集中品评
↓
专项口味评价

建立完善的品鉴标准

建立并完善公司魅力感知质量品鉴标准，首创市场产品口味质量优势率评价，开展专业评委+目标消费者双维度魅力质量测评，从外观、气味、味道、回味、喜好度等各维度开展分析，精准贴合消费者真实体验。通过现场品鉴会、线上课堂、直播视频等多元方式打造场景化体验，助力青岛啤酒魅力质量提升。

对标国内、国际先进水平，强化团队能力建设

持续优化品评体系，建立高技能品评人才库，实现品评管理高效化、人才识别精准化。在2025年第八届国家级啤酒评酒委员换届评聘中，青岛啤酒公司再获佳绩：包揽冠军和季军，全国前十名占据七席；总计52人获聘，占全国获聘总人数的48%，蝉联行业首位。持续输出“青酌奖”啤酒类新品、中国国际啤酒挑战赛等国家啤酒赛事裁判。培养全国技术能手5人，国家级首席品酒师12人，省级技术能手5人……公司品评团队荣获“全国巾帼文明岗”“山东省女职工建功立业标兵岗”荣誉称号。

◆ 青岛啤酒52人入选第八届国家级啤酒评酒委员名单，数量蝉联行业首位

智慧物流 新鲜直送

青岛啤酒提高从上游采购到下游终端配送整个产业链和供应链的现代化水平，建立长期产能规划数字模型，优化供货网络，近距离供货，降低生产及运输方面的碳排放。目前公司正在逐步研究、推广部分固定线路的无人货车运输方案，提高城市配送服务质量。

创新“即买即达即饮”消费体验

青岛啤酒抢抓即时零售“鲜”机，以“7天原浆新鲜直送”业务为支点，打造“新鲜直送”新模式，以生鲜啤酒的新鲜送、及时达，创新“即买即达即饮”的消费体验，公司已在全国38座城市、超1,100家门店实现“线上下单、30分钟送达”，引领中国啤酒行业数字化、智能化、个性化的新型消费趋势，连续第三年荣获最高荣誉“金闪奖”，并成为唯一同时获得“年度FAST创新突破奖”的品牌。

数据安全与客户隐私保护

数据安全

青岛啤酒始终将网络安全、数据安全及用户信息保护工作置于企业发展的优先位置，严格遵循《中华人民共和国网络安全法》《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》等国家法律法规要求，2025 年未发生网络安全、数据安全、泄露用户隐私信息事件。

信息安全与数据保护

公司全面落实ISO27001信息安全管理体系要求，严格执行网络安全等级保护制度，构建覆盖边界防护、终端安全、应用安全的立体化技术防护体系，提升安全监测能力、安全拦截能力，保障互联网业务安全、稳定运行；成立网络安全与数据安全领导小组，建立完善的安全管理制度与应急响应预案，组建专业应急团队，定期开展员工安全培训与应急演练。

2025年青岛啤酒开展数据安全风险评估工作，发布《青岛啤酒数据安全合规指引》文件，针对不同级别的数据采取差异化保护措施；开展全员网络安全周活动，通过视频、易拉宝、鼠标垫、书签、安全培训、钓鱼邮件演练等方式加强安全宣贯。

用户信息保护

公司持续完善市场信息保护机制，重视信息管理、消费者隐私保护，所有市场信息数据存储、数据传递、数据使用等均合法合规。相关工作人员签订《青岛啤酒合规承诺书》，开展用户信息分类分级工作，采用数据加密、脱敏等技术手段，防止数据泄露；通过隐私政策等形式告知消费者公司收集、处理、使用、存储、保护其个人信息的方式，让消费者合法维护个人信息权益，确保公司使用的消费者相关信息始终遵循“合法、正当、必要”原则，不超范围、超目的收集、使用数据。积极响应消费者个人信息行权申请，切实保障信息主体的数据权益。

客户服务

公司重视客户需求，从“服务软要素沉浸式体验”入手，致力于为市场提供多元化服务模式，持续提升服务体验，以“400”及“800”客户服务热线为窗口，2025年首次启用语音机器人座席，实现24小时服务响应，全渠道信息受理量达18.9万起，通过数字化信息系统，建立便捷高效的沟通渠道和服务平台，快速响应客户实时服务需求。

为完善客户服务体系，公司持续优化《客户服务管理流程》管理内容，围绕“区域客服工作人员收到转办信息20分钟内联系投诉人、产品质量投诉处结率≥95%、服务质量投诉处结率≥95%、投诉处理时效分级评价”等指标，实现核心服务指标量化并定期查核追溯。2025年累计受理产品与服务质量投诉1,748起，同期下降34.5%，公司通过严管产品与服务质量，近三年相关投诉数量持续下降。

为提升客户满意度，定期对消费者及经销商开展回访及满意度调研，通过“服务质量”“产品质量”“市场管理”及“服务表现”等综合服务标准做出客观评价，监控客服工作状况，保持各项服务平衡，提升问题解决能力，持续推动客服工作创新，为公司业务拓展与市场竞争力提升奠定坚实基础。

信息安全保护及客户服务数据

客户投诉处理率	产品质量投诉处结率	服务质量投诉处结率
100%	99%	98%

客户服务满意度	重大数据安全事故及泄露客户隐私事件
96%	0件

负责任营销

管理机制

公司严格遵守国家对产品宣传、品牌推广的各项法律、规章要求，建构多维度宣传用语审核机制，采取多重措施推进负责任营销，对宣称内容进行把控，确保上市产品标识、标签、宣传等内容的合规性，确保企业对自身的宣传和推广负责。

产品包装形象设计严格执行《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，标注的产品文字信息符合GB/T4927《啤酒》和《预包装食品标签通则》等国家标准要求，品牌广告宣传物料设计执行《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》的要求。持续完善外包装评价体系，严格把控产品外包装质量。针对新上市产品，公司制定《全新产品开发及上市管理流程》等内部制度，对产品包装形象及推广物料设计文件进行法律审查；对于市场拆解进行的二次包装产品，公司对物料商标、标识、广告语、外观设计、形式及包装质量等都有明确的监督和管控。对合作的经销商进行资格审查及仓库产品外包装质量现场查核，对包装质量不符合规范的产品进行处理，以保障产品销售环节的服务规范。

相关培训

2025年，我们持续加强对全体员工的负责任营销宣传与培训，采用内部课程培训与制度宣贯方式，组织员工开展定期专项培训及普法教育，保障营销活动的责任明确与高效执行。此外，我们持续开展广告宣传、商标使用、版权保护等主题的负责任营销专项培训。2025年，打造线上微课87门，课程内容囊括法律风险与岗位职责，有效提升全员法律风险防范意识。

科技引领 创新驱动

公司构建以科技创新为引领，涵盖产品、渠道、场景、制造、品牌与可持续发展等维度的全局性、系统性创新体系。

治理

公司设立创新管理委员会，作为公司创新体系的最高决策与协调机构，负责审定创新战略、重大技术方向、资源配置及核心激励政策。构建了由战略研究层（创新研究院）、技术开发层（六大研究中心）、应用创新层（各生产单位及业务板块）组成的三级科技创新体系，实现从应用基础研究到技术攻关，再到产业化应用的闭环。截至2025年底，公司已构建起多层次、全方位的研发支撑体系，共拥有3个国家级科技创新平台（包括国家级企业技术中心、博士后科研工作站等），以及4个省部级科技创新平台（包括山东省重点实验室、山东省工程技术研究中心、中国轻工业重点实验室、中国轻工业工程技术研究中心），形成了应用基础研究、技术开发与产业化应用紧密衔接的创新生态。

截至2025年底，公司共拥有

3 个国家级科技创新平台

4 个省部级科技创新平台

战略

公司秉持“创新驱动发展”的战略理念，围绕啤酒、饮品及功能性食品原配料三大类产品，系统推进前沿共性技术研究、产品开发、数智化转型、智能制造与可持续发展等关键领域的研发与应用。

公司始终坚持开放协同的创新理念，深度开展产学研合作，与江南大学、山东大学、中国海洋大学、上海交通大学等知名高校及科研机构建立了长期稳定的战略合作关系。通过共建联合实验室、合作开展重大科研项目、共同培养高层次人才等方式，整合外部智力资源与产业实践优势，加速前沿技术的突破与成果转化。

积极参与各项标准制定

公司积极参与国家、行业及团体标准制定与修订，2025年正式发布9项，包括国标6项，团标2项，行标1项，持续引领行业规范发展。

2025 年参与制定

国标

6 项

团标

2 项

行标

1 项

重大科技奖项与荣誉

2025年公司科技创新成果荣获山东省技术发明二等奖、中国轻工业联合会科技进步二等奖、青岛市科技进步二等奖等多项重要荣誉。核心科研项目《食品生物制造工业菌种高效选育与优化关键技术及应用》成功入选国家“十四五”轻工领域先进科技创新成果，彰显了公司在行业关键技术领域的领先地位。

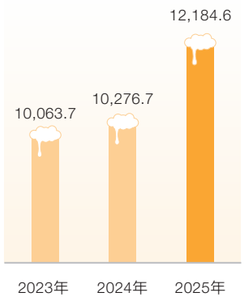
技术产业创新成效

公司坚持以市场需求为导向，推动创新成果高效转化为产业新动能与增长点。2026年1月9日，中国酒业协会技术委员会组织院士专家对两项重大科技成果进行鉴定，“生鲜啤酒全生命周期保鲜及一盘货数字化供应链体系创建应用”和“啤酒副产物（糖化余粮与啤酒酵母）高值化绿色生物制造关键技术及产业化”项目总体达到国际领先水平。副产物高值化利用技术成功助力青岛啤酒生物科技公司实现了酵母抽提物、大麦麦芽肽等产品的中试研究，支撑了生物科技公司首批市场预订单，实现了从实验室技术到市场价值的快速转化。

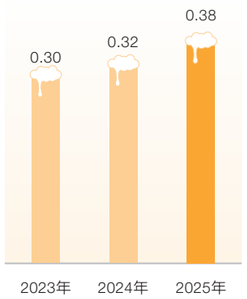
成立生物科技公司培育传统产业新质生产力

2025年5月17日，青岛啤酒公司与平度市战略合作协议签约暨青岛啤酒生物科技有限公司成立揭牌仪式在平度市举行。青岛啤酒将在平度市青岛啤酒智慧产业示范园内新建青岛啤酒生物科技制造项目，运用全球领先的生物酶解提取技术，依托啤酒生产过程产生的糖化余粮、增殖酵母等副产物，升级再造成为绿色、健康、具有功能性的酵母抽提物、大麦水解植物蛋白等高附加值产品，并建设行业首家使用非化石能源的零碳生物制造示范工厂。11月21日，项目正式开工，将在现有中试平台基础上，依托尖端技术和智能化生产线，汇聚研发、中试、生产等要素，实现高效协同创新闭环。

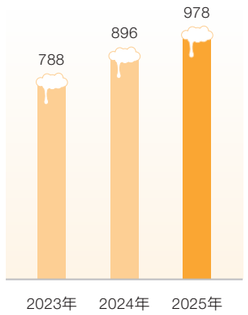
创新驱动数据



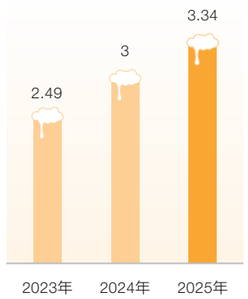
研发费用（万元）



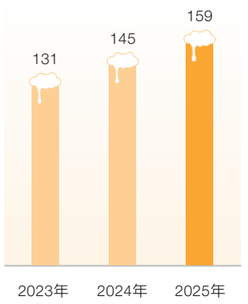
研发费用总额占营业收入比例(%)



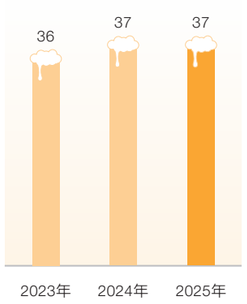
研发人员数量（人）



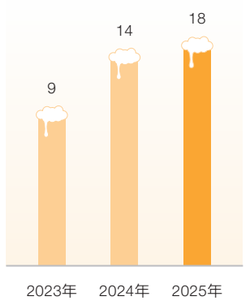
研发人员比例(%)



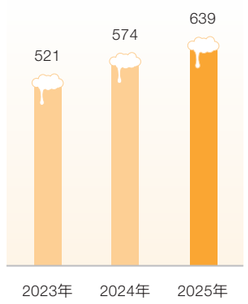
应用于主营业务的发明专利数量（项）



发明专利的申请数（项）



发明专利的授权数（项）



有效专利数（项）

产品创新

2025年，公司产品品类不断扩充，新上市产品26款，包括6款主流全麦系列新品、3款干啤系列新品、6款新主流系列新品、4款精酿系列新品、7款果啤系列新品等多个产品矩阵，满足消费者多元细分需求。

青岛啤酒轻干

青岛轻干0糖轻卡“轻负担”。甄选上乘原料，秉承传统酿造工艺，三重酒花复配，释放独特清新果香，尽享轻盈口感体验。经过特殊发酵工艺，口感干净清爽，苦味适中，每100ml热量仅29kcal。

青岛啤酒逸品纯生

逸品纯生是青岛啤酒纯生品类中的高端产品。2025年新推出的全麦逸品纯生麦香更浓郁，口感更顺滑，其风味融合了欧洲特色花香型酒花带来的淡淡茉莉、玫瑰香和麦香，入口清爽与醇厚俱备，细腻与爽滑兼得。

青岛啤酒国潮

青岛啤酒国潮产品采用全球优质酿造原料及膜过滤工艺，酒体新鲜顺滑。2025年升级版麦香更浓郁，口感更醇厚。国潮产品的包装灵感源自品牌百余年的历史文化沉淀，用当下最潮流的文化理念与表现手法演绎国货潮品正当时。

青岛啤酒风味白啤系列

2025年推出的青岛啤酒“醉樱浮白”樱花味白啤，产品融入天然关山樱花风味、酿造工艺完美平衡；青岛啤酒“花开茉白”茉莉花味白啤，选用优质茉莉花原料，通过天然萃取技术完美保留茉莉的清新雅致，花香与麦香交织融合。

青岛白啤211ml迷你罐

青岛白啤211ml迷你罐，传承百年古典艾尔发酵工艺，也回应了“适量微醺、精致生活”的消费新需求，为消费者提供了一份恰到好处的新选择。

青岛啤酒黑啤

青岛啤酒黑啤精选进口麦芽，秉承传统酿造工艺，焦香浓郁，酒体丰润，杀口力强。2025年升级版全麦黑啤赋予了独特的焦糖、咖啡与巧克力香气，香而不腻，浓郁而有层次感。

青岛啤酒鸿运当头马年生肖版

鸿运当头是青岛啤酒高端品类，精选全球优质酿造原料，传承百年酵母酿制而成，麦香、酒花香浓郁协调，口感醇厚。马年生肖版以象征喜庆、欢乐和吉祥色彩的中国红为底色，同时搭配金色“立马”造型，传递“马年喝鸿运，马上启鸿运”的吉祥寓意。

青岛啤酒“夜猫子”合作限定系列

2025年青岛啤酒再度携手时尚品牌KARL LAGERFELD 推出青岛啤酒“夜猫子”第二季合作限定系列，精准锚定当代年轻人夜间社交与潮流消费需求，将夜色灵感融入时尚态度，续写啤酒的时尚跨界新篇章。

青岛啤酒精酿系列（比利时小麦、浑浊IPA、甜世涛）

青岛啤酒近年来推出了多款风格迥异的精酿系列产品，如经典拉格、艾尔、IPA、世涛等，既有经典工艺的传承，也有创新风味的突破，2025年上新比利时小麦、浑浊IPA、甜世涛，满足不同消费者的口味需求。

青岛啤酒风味果味系列（西柚白茶味、荔枝味、百香果味、RADLER果蔬汁啤酒）

青岛啤酒2025年推出西柚白茶味、荔枝味、百香果味果汁啤酒、西柚味果蔬汁啤酒等多个风味果味系列，产品低酒精度、高风味、低苦感。第35届青岛国际啤酒节推出专属IP定制酒RADLER柠檬味果汁啤酒和混合莓味果蔬汁啤酒，满足消费者多元口感需求。

World Beer Cup（啤酒世界杯）金奖
无醇白啤

World Beer Championships（世界啤酒锦标赛）金奖
老青岛　尼卡希白啤

CBC中国国际啤酒挑战赛“天禄奖”（四星天禄）
全麦国潮

青酌奖　酒类新品（啤酒）
黑啤　轻干　浑浊IPA

沉浸式消费体验

2025年青岛啤酒举办各种活动，海上球迷大会、奥古特杯网球嘉年华、音乐节、电音节……各类体育、音乐互动场景，以及遍布全国的青岛啤酒节，丰富的青岛啤酒博物馆、时光海岸精酿啤酒花园、TSINGTAO 1903青岛啤酒吧，各类场景让消费者沉浸其中。

时尚消费场景

遍布全国的近160家TSINGTAO 1903青岛啤酒吧多点发力，青岛啤酒将产品与多元生活场景相融，通过构建新兴时尚啤酒消费空间，为消费者提供全场景的沉浸式品牌体验，满足消费者场景化需求。

2025年4月27日，第二十届中国电影华表奖颁奖典礼在青岛举行。作为华表奖战略合作伙伴，青岛啤酒深度融入这场盛宴，与百位影人、影迷代表一同见证了中国电影的历史性节点。

牵手第二届里院喜剧节，借由文化契合、场景创新与IP共生，让百年啤酒文化与新兴喜剧IP碰撞出独属于青岛的快乐火花。

青岛啤酒节

作为一个具有广泛影响力的文化IP，青岛啤酒节不仅打造了多元化的欢聚、解压场景，满足人们对美好生活的向往，更是在全国推广过程中创造了显著的经济效益，拉动了当地餐饮、住宿、购物等消费，促进了相关产业的发展，为城市经济增长注入新动力。2025年全国完成大型啤酒节26场，快闪啤酒节71场，全国业务单位共完成97场啤酒节，覆盖22个业务单位，活动总面积约88万平方米，办结时长达到1,010天，现场参与800万人次。其中有48场青岛啤酒节融合当地政府主题消费季，如郑州“见郑美好，青凉一夏”消暑季；深圳坪山仲夏夜、淄博嗨啤一夏等，助力提升当地经济发展。

体育、音乐营销

青岛啤酒与中足联合作签约，成为中超联赛官方合作伙伴，联手解锁足球+啤酒“超”多玩法，为中国球迷快乐“续杯”；围绕“球迷身份+”概念，打造球迷生活服务定制平台，全方位打造球迷文化IP体系，2025年累计落地执行240场赛场活动，LuckyDraw1903抽奖时刻240场、荣誉球迷128场、球迷餐厅400家、观赛派对400场、运动公园5个、球迷大会1场。通过不同的球迷活动形式，为消费者打造不同的场景体验新模式。

◆ 青岛啤酒旗下品牌奥古特成为澳大利亚网球公开赛中国官方合作伙伴，组织澳网爱好者赴墨尔本公园，感受网球的魅力与激情。

◆ 七度赞助青岛马拉松，与25,000余名参赛者在黄海之滨书写“为热爱共上场”的奔跑宣言。

◆ 冠名亚洲羽毛球混合团体锦标赛，以体育为纽带，连接全球球迷和消费者，以年轻化、国际化、时尚化的品牌形象，为全民运动注入青春活力。

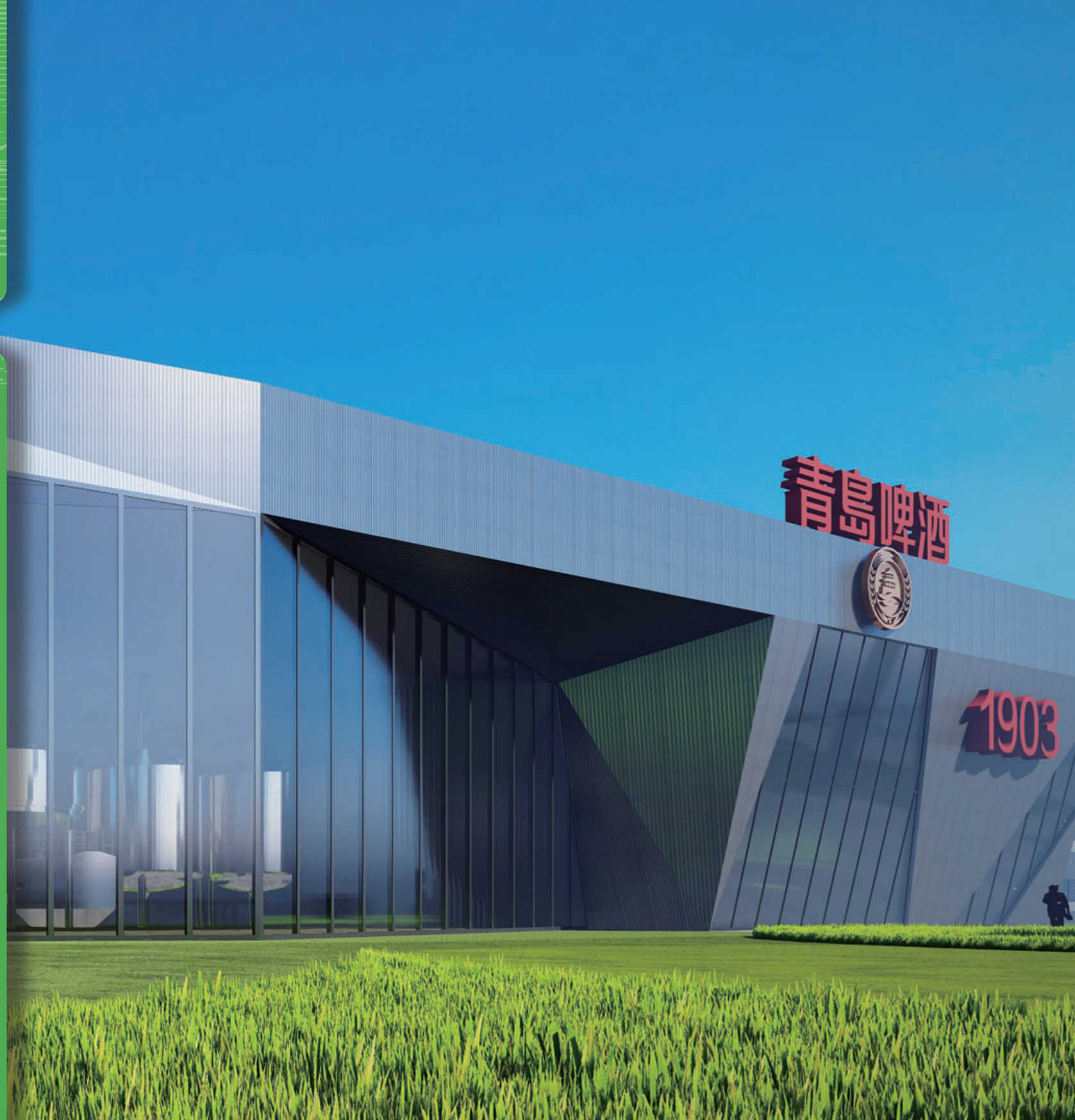
◆ 携手VAC VACATION电音节，在三亚海岸奏响跨年满血序章；结合线上线下资源，赋予品牌更丰富的内容和内涵。通过时尚潮流的设计与内容丰富的互动体验，将视觉+体验双线联动，通过国内知名演唱会、音乐节、电音节、艺人巡演完成青岛纯生与流行文化的绑定，引领年轻群体感受青岛纯生品牌的活力与激情。

02

向绿而行
——为了更美好的世界

青岛啤酒以“做啤酒行业绿色发展的楷模”为环保愿景，紧扣“通过实施环境保护、低碳管理和循环经济，促进公司永续发展，实现与大自然的和谐共处”的环保使命，不断完善环境管理体系建设，高度重视资源的合理利用，用精益管理打造领先工厂，积极应对气候变化，力求实现生产效益与生态文明平衡共进。

- 应对气候变化 34
- 水资源利用 46
- 能源管理与高效利用 47
- 环境合规管理 49
- 绿色行动 53



应对气候变化

治理

青岛啤酒不断强化应对气候变化的治理根基，通过建立多层级联动的气候议题管控机制，实现气候风险从战略决策层到业务执行层的全面管理。

气候治理架构

青岛啤酒已构建权责分明的“决策层 – 监督层 – 执行层”的三级气候治理架构。

决策层	**董事会** 作为公司气候治理的最高负责机构，负责监督和指导公司整体的可持续发展与气候相关战略、短中长期规划及目标 **战略与投资委员会** 负责公司企业管治、环境及社会责任管理工作以及应对气候变化的披露工作，并向董事会提出有关意见建议 监督公司气候风险及机遇，审议气候变化风险清单，督促公司管理层落实气候风险管控责任
监督层	**ESG工作领导小组（下设环境组）** 由公司分管副总裁领导 制定并推动落实公司气候整体规划、方针、目标、管理制度与行动计划 统筹、协调、指导各执行部门的跨部门协作，确保气候工作融入日常运营 监督气候相关风险与机遇识别、评估工作的开展，审批管理策略与应对预案 监督气候绩效数据的收集、核算与报告，牵头编制年度气候相关报告
执行层	**气候管理相关执行部门** 由生态环境管理总部、生产技术管理总部、董事会秘书室、财务管理总部、战略投资管理总部、采购管理总部、物流管理总部等管理执行部门组成 在各业务板块及生产运营层面具体落实公司的气候战略与目标要求 负责对公司应对气候变化信息披露及碳中和相关工作进行定期回顾和反馈 执行绿色低碳技术改造、可再生能源应用等具体减排项目 定期收集与报告能源消耗、温室气体排放、水资源使用、节能改造等关键气候绩效数据 每年开展全价值链碳排放数据的收集与核算，持续监测碳中和目标的进展

气候监督机制

青岛啤酒通过制度化的监督汇报机制，确保相关议题在战略规划、投资决策、运营管理和财务规划等核心环节得到充分考虑。

汇报机制

公司已建立常态化的汇报机制。战略与投资委员会定期审议上一年度专项工作报告及当年度工作计划，上报并配合董事会召开相关会议。ESG工作领导小组下设的环境组统筹协调各执行部门定期召开例会，跟踪目标进展、分析风险并开展具体行动。

培训与薪酬机制

青岛啤酒建立了系统化的培训机制，确保各层级负责人员具备前瞻性的气候视野与管理能力。公司不定期向全体董事发送境内外监管机构发布的ESG或气候披露相关要求，以帮助董事及时了解气候相关的最新要求。针对生产一线及技术团队，公司持续开展节能降碳技术、环境管理体系等方面的实操性培训，全面提升公司的整体气候韧性。

报告期内，公司相关执行董事参加了香港公司治理公会在山西太原举办的第84期强化持续专业发展讲座，其中授课内容包括ESG与气候最新趋势与合规责任。

公司已将碳排放等关键气候绩效指标纳入公司高级管理层及部门管理人员的年度绩效考核体系，并将考核结果与薪酬直接挂钩。

战略

青岛啤酒将应对气候变化融入公司可持续发展战略，持续识别潜在气候风险和机遇，并通过情景分析的方式开展韧性评估，明确战略重点与适应性举措，持续提升业务韧性与低碳竞争力。

风险和机遇识别

青岛啤酒全面识别气候相关风险和机遇对公司利益相关方以及对自身业务模式和价值链的影响并及时调整策略。

重要气候相关风险和机遇

类别	风险/机遇项	潜在受影响的利益相关方	对业务模式和价值链的影响	潜在的财务影响	应对举措
物理风险	极寒天气	商业合作伙伴、员工	【原材料采购】极寒天气可能导致麦芽、啤酒花等原料减产或品质波动，供应稳定性与可获得性下降，增加原料采购或储备成本。 【生产与行政】极寒天气可能导致酿造工艺控制难度增加、能耗上升，影响生产效率与成本。 【销售与市场】极寒天气下啤酒等冷饮需求下降，导致青岛啤酒在冬季销售疲软，市场表现受到抑制。	生产成本增加、管理费用增加、营业收入减少	◆ 为员工准备低温保障物资，极寒天气下减少员工室外作业； ◆ 对关键农产品原材料建立战略储备机制，提升外部供应不稳定时的原料保障能力； ◆ 优化车间温控系统，强化保温与热能回收。
	极热天气	商业合作伙伴、员工	【原材料采购】水资源短缺和极端高温频发/平均温度上升可能导致大麦、啤酒花等关键原料减产与品质下降，推高原材料采购成本。 【生产与行政】水资源短缺和极端高温频发/平均温度上升可能导致设备冷却成本上升、员工健康保障支出增加。	生产成本增加、管理费用增加、员工福利费用增加、保险费用增加	◆ 完善高温作业健康防护与应急预案，尽量避开高温时段高耗能作业； ◆ 优先选取气候韧性较强的种植区域，与原材料供应商开展可持续农业合作，推广原料种植端节水抗旱技术； ◆ 选用节水设备和雨水回收系统等，减少耗水和用水量。
	水资源短缺	商业合作伙伴、社区			
转型风险	政策与法规风险-碳定价机制	环境、政府及监管机构	【原材料采购】碳定价机制可能推高原材料、包装材料、设备及其他相关投入品的采购价格，增加原材料成本。 【生产与行政】碳定价机制可能推高能源（电力、天然气等）采购成本，因绿电配额要求提升、碳市场配额收紧，需购买绿电或碳排放权，增加能源运营支出。 【分销物流】碳定价机制可能推高运输成本，并增加公司的物流运营支出。	生产成本增加、管理费用增加	◆ 持续收集供应商碳足迹，推动供应商碳足迹透明化； ◆ 持续通过自建光伏、绿电采购、节能技术改造与能效管理降低碳排放； ◆ 在具备条件的区域逐步引入低碳物流车队。
转型机遇	使用可再生能源	环境、政府及监管机构	【生产与行政】通过建设分布式光伏等项目扩大可再生能源使用范围，降低公司能源成本、减少碳排放。	固定资产增加、生产成本下降	推进分布式光伏等可再生能源应用，降低用能成本与碳排放。
	提升能源利用效率	环境、政府及监管机构	【生产与行政】通过对厂房设施进行绿色节能改造、优化热能回收系统等有效降低生产过程中的能源消耗与碳排放。	生产成本下降	实施厂房节能改造，优化热能回收与余热利用系统，提升能源效率。

韧性评估[1]

青岛啤酒基于国际主流气候情景，评估现有管理措施在不同情景下的适应性和有效性，为完善气候风险管理和提升企业韧性提供决策依据。

情景分析

青岛啤酒综合考虑国家“双碳”战略目标和公司自身发展规划，参照IPCC提供的SSP1-2.6、SSP5-8.5情景，及IEA提供的STEPS和NZE情景开展情景分析。公司设定了短期（2026-2030年）、中期（2031-2040年）、长期（2041-2050年），以分析不同时间维度下气候变化的影响。

风险暴露水平评估

青岛啤酒利用气候模型对工厂端及销售网络端开展了全面的物理风险评估。识别结果显示，极热天气与水资源短缺风险主要分布于华北、华东、华中及华南等主要运营区域；台风与极端降水风险则集中于东南沿海、长江中下游及西南部分省份；此外，极寒天气对北方及西北地区的业务布局构成潜在影响。

情景分析结论表明，物理风险的暴露程度随排放水平增加而上升：在 SSP1-2.6（低排放）情景下，公司主要面临极热天气、水资源短缺及局部洪涝风险；而在 SSP5-8.5（高排放）情景下，整体气候物理风险暴露程度明显高于低排放情景。

财务影响评估

公司对风险和机遇的财务影响评估结果表明，气候相关风险当期未对公司产生重大财务影响，且预计下一财年亦不会产生重大影响。为应对技术风险带来的当期财务影响，公司2025年在减碳项目上投入1.23亿元。

青岛啤酒气候风险财务影响分析结果

风险类别	风险项	当期负面财务影响[2]	预期财务影响[4]			财务重要性
			短期	中期	长期	
物理风险	极热天气	影响较低[3]	低	低	低	低
	极寒天气	影响较低[3]	低	低	低	低
	台风	基本无影响	低	低	低	低
	极端降水	基本无影响	低	低	低	低
	水资源短缺	基本无影响	中	中	中	中
	洪涝	基本无影响	低	低	低	低
	山火	基本无影响	低	低	低	低
	海平面上升	基本无影响	低	低	低	低
	全球变暖/平均温度上升	基本无影响	低	低	低	低

1 分析结果的不确定性主要来自全球气候模型的局限性、全球气候政策演变趋势的不可预测性，以及技术路径变革和市场转型数据的滞后性。

2 影响较低指影响金额处于千万元量级，基本无影响指影响金额低于千万元量级。
3 主要为高温低温的补贴与劳保。
4 物理风险和转型风险评估为负面的风险敞口，机遇评估为正面的财务影响。

风险类别	风险项	当期负面财务影响[2]	预期财务影响[4]			财务重要性
			短期	中期	长期	
转型风险	政策与法规风险 – 碳定价机制	基本无影响	低	中	高	高
	政策与法规风险 – 政策监管	基本无影响	低	低	低	低
	市场风险 – 消费者偏好变化	基本无影响	低	低	低	低
	市场风险 – 能源价格波动	基本无影响	低	低	低	低
	融资风险	基本无影响	低	低	低	低
	声誉风险	基本无影响	低	低	低	低
	技术风险	基本无影响	低	低	低	低
机遇	开展可再生能源项目	/	中	高	高	高
	绿色产品与服务	/	低	低	低	低
	绿色物流成本节约	/	低	低	低	低
	提升能源利用效率	/	低	高	高	高

影响、风险和机遇管理

公司已将气候风险融入整体风险管理体系，在《风险管理制度》将风险划分为战略风险、研发风险等14个类别，构建了涵盖“风险评估计划 – 风险辨识 – 风险分析 – 风险评价 – 风险管理”的全流程管理机制。在该框架下，气候风险作为关键外部风险因素，被纳入“生产风险”类别进行统一识别与管理。

通过将气候风险融入到公司整体风险管理流程中，公司保障了气候风险在原辅料供应、生产酿造、下游运输和市场销售环节得到充分的评估与响应，进而持续提升应对气候变化的韧性。

气候风险管理流程

制定风险评估计划

制定《年度风险评估工作计划》，并在其中对气候相关风险如何评估进行规划与沟通。

开展风险评估

每年至少组织一次全面风险评估，并针对外部环境重大变化、新业务开展等情形（包括发生重大极端天气造成损失、气候相关政策监管要求趋严等）开展专项风险评估。

风险辨识与分析

对当前所面临的以及潜在的气候变化相关风险加以判断、归类，并鉴定风险性质；

梳理流程的关键控制环节（包含作业过程、管理过程等），并进一步识别梳理每一项关键控制环节中关键控制点及相关风险。

撰写风险辨识清单与评估报告

梳理公司识别的气候变化相关风险分析、评价、风险控制措施等内容，生成《风险辨识清单》，并依据风险评价的结果编写风险评估报告。

实施风险管理与应对

基于风险辨识清单与风险评估报告，按照风险等级和管理优先级制定风险应对策略和控制措施、确定风险承受度。

指标与目标

青岛啤酒已建立覆盖全公司层面的温室气体排放盘查体系，并早在2010年即率先在中国酿酒行业开展温室气体盘查和产品碳足迹相关工作，成为“中国酿酒工业首家低碳体系(ISO 14064)定点试点单位”。自2019年起，公司依据《温室气体核算体系：企业核算与报告标准（2004年）》等权威标准，每年对下属工厂开展温室气体盘查，并委托具备资质的第三方机构进行核查，确保数据的完整性与准确性。公司使用基于市场方法计算范围2温室气体排放，本年度核算温室气体的方法、输入资料和假设未发生变更。

此外，公司持续对工厂和产品开展产品碳足迹盘查与核查，截至报告期末，公司已累计完成36家工厂、36款产品的产品碳足迹核查并出具核查声明，持续挖掘减碳空间，努力将气候变化的影响降至最低。

截至报告期末，
公司已累计完成

36 家工厂、

36 款产品

的产品碳足迹核查并出具核查声明

温室气体排放总量及密度

指标名称	单位	2023年	2024年	2025年	2024年同比变幅
温室气体排放总量（范围1）	吨二氧化碳当量	211,748	190,388	177,020	-7.0%
温室气体排放总量（范围2）	吨二氧化碳当量	241,848	200,093	159,622	-20.2%
温室气体排放总量（范围1,2）	吨二氧化碳当量	453,596	390,481	336,641	-13.8%
温室气体排放密度（范围1,2）	千克二氧化碳当量/千升产量	61.2	54.0	46.7	-13.5%
温室气体排放总量（范围3）	吨二氧化碳当量	4,973,467	4,646,452	4,431,317	-4.6%
温室气体排放总量（范围1+2+3）	吨二氧化碳当量	5,427,063	5,036,933	4,767,958	-5.3%
温室气体排放密度（范围1+2+3）	千克二氧化碳当量/千升产量	732.6	696.6	661.1	-5.1%

备注：

温室气体核算使用标准：ISO 14064-1:2018温室气体 – 第1部分：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南

温室气体核算体系 – 企业核算与报告标准

温室气体核算体系 – 企业价值链（范围三）核算与报告标准

企业温室气体核算排放量使用运营控制法进行计算。

举措

青岛啤酒以系统性举措推动全价值链绿色转型，持续提升可持续发展韧性与实践成效。

绿色生产 我们围绕不同层面的排放源制定了系统性规划，针对生产直接排放，将着力通过工艺革新和生物质燃料替代推动深度脱碳，打造“零碳酿造”标杆。在外购能源间接排放方面，以优化能源结构为重点，大力推广绿电和节能技术。对于价值链上下游，我们将联动全链条伙伴开展协同减排，系统降低全价值链碳排放。在重点环节，我们将推进绿色包装转型，提升可再生材料使用率，推动包装全生命周期低碳化。

推动供应商减碳 青岛啤酒持续推动上游供应商协同减碳，包括部署分布式光伏、采用可再生原料、应用生物质能源，以及建设绿色工厂。

发展循环农业 青岛啤酒持续在青岛大花种植基地推广生物质锅炉替代传统燃煤锅炉，有效减少碳排放，实现农业废弃物的高效资源化利用，推动农业循环经济向纵深发展。通过将啤酒酿造过程中产生的麦芽渣、酒糟等副产物转化为生物质燃料，公司不仅降低了种植基地对化石能源的依赖，还实现了“从田间到车间”的闭环。同时，青岛啤酒持续投入可持续育种技术研发，优选高产、抗逆、低耗水的优质大麦品种，提升原料品质与种植效率，降低环境影响。

提高物流效率 青岛啤酒建立长期产能规划数字模型，通过优化物流网络布局，持续整合运输路径、减少中转环节，有效降低运输环节的碳排放。2025年，公司鼓励合作供应商置换新能源车辆，累计110台。同时，我们持续跟进合作承运商采用新能源运输车辆的情况，全年共计完成运输7,251趟次，运量8.2万吨，同比增长32%。

案例

2025年，公司针对射阳春蕾麦芽厂及盐城海越麦芽厂开展碳中和认证专项赋能培训，围绕碳中和实施路径中的关键挑战与可行解决方案进行深入交流与经验分享，系统提升企业碳管理能力与认证准备水平。2025年9月，射阳春蕾麦芽厂成功通过第三方碳中和认证，正式获颁碳中和证书，成为公司旗下首家实现碳中和的供应商，为价值链低碳转型树立标杆。2026年2月，盐城海越、黄石海越两家麦芽厂先后通过第三方碳中和认证，成为公司第二家、第三家实现碳中和的供应商。

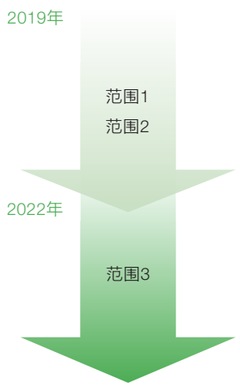
公司坚持科学应对气候变化，设定并动态管理覆盖全链条的碳排放指标，聚焦能源优化、能效提升与全价值链减碳实践，通过可量化、可评估的行动路径，稳步推进碳达峰与碳中和目标。

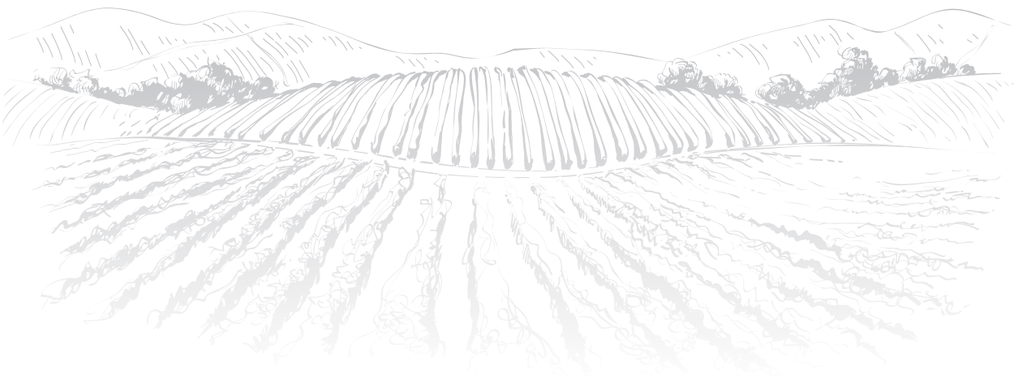
减碳目标

青岛啤酒已制定明确的碳减排目标体系，并通过多项行动有效推动价值链减排。

青岛啤酒通过科学测算，确立了2019年为范围1、范围2碳减排基准年；2022年为范围3碳减排基准年。

青岛啤酒构建了覆盖范围1、范围2、范围3的全链条碳减排目标框架，以科学量化、分阶段推进为核心，推动企业向绿色低碳加速转型。2030年公司减碳目标为实现范围1+2碳排放强度较基准年下降65%。





第三方核查声明

Bureau Veritas Certification

核查结论：

基于核查工作实施过程和核查发现，青岛啤酒股份有限公司在盘查报告中提供的温室气体排放量数据，与 ISO 14064-1:2018 温室气体 - 部分1：组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南、温室气体核算体系的企业核算与报告标准和企业价值链(范围三)核算与报告标准是相符的。

独立、公正和胜任能力声明：

必维集团是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与青岛啤酒股份有限公司及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维集团在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长： 田品

核查日期： 2026年02月13日

编号： EMICN100782A

签发日期： 2026年02月26日

版本号： No.1

必维认证（北京）有限公司授权代表

水资源利用

青岛啤酒秉承“源头削减、过程控制、深度处理、梯级利用”的节水理念，严格遵循《中华人民共和国水法》等国家法律法规，并积极响应《水污染防治行动计划》等政策要求，通过修订和完善内部管理制度，系统梳理工厂水回用流程，实现对水资源利用的全方位管控。

公司坚持把水资源管理工作作为业务运营的重中之重，积极设立科学合理的目标，深入探索节水、控排有效措施，全面推进企业可持续用水。建立了贯穿“工厂项目立项”至“啤酒生产运行”的全生命周期水资源管理。在项目启动阶段，即系统开展风险评估并制定针对性应对方案；进入生产运营阶段后，通过持续监测、行业对标与技术改造实施动态管理，构建“风险识别 – 影响评估 – 方案规划 – 措施执行 – 效果监测”的闭环管理体系，确保各环节有效衔接，推动环境、安全与绩效表现的持续提升。

水资源利用数据

指标名称	单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
用水量	千立方米	23,053	22,158	21,725	-2.0%
啤酒生产单位产品耗水量	立方米/千升产量	2.99	2.92	2.88	-1.5%

源头预防

在工厂建设前即制定水资源节约方案，采用先进节水设备与技术，力求对当地水源的影响达到最小。

循环创新

积极探索循环技术与工艺，通过对水系统的全面梳理和对新技术（如超滤、三级反渗透）的应用，实现对生产过程中各类废水的循环回收利用。

过程优化

在生产过程中，持续推进水耗标杆管理，应用多项重点节水技术（如反渗透优化、冷却水循环等），系统性降低水耗。

外部协同

与周边社区开展互动，深入宣传节水的方针政策和法律法规，形成“节约用水光荣，浪费用水可耻”的良好节水风尚。积极参与政府或机构组织的节水诊断活动，开发节水技术并应用。

应对措施

应用先进技术与设备	优化酿造刷洗工艺流程	开发利用非常规水源
反渗透运行优化、螺杆真空泵、高效洗罐器、超滤及三级反渗透等	对介质罐刷洗、活性炭罐刷洗、反渗透浓水、软化器刷洗、酿造发酵罐、清酒罐刷洗以及管道刷洗水回收	再生水、集蓄雨水等
削减新鲜水用量	实现梯级用水、循环用水，提高水的重复利用率	提高水资源综合利用效率

案例

太原工厂通过实施冷凝水系统提升项目，对现有流程进行了深入梳理，优化了“先取热、再用水”的工艺路线。在此基础上拓展冷凝水的回用范围，新增蒸发式冷凝器补水、包装线开班补水以及链条润滑系统补水在内的多个回用点。经测算，该项目每年可进一步节约生产用水10,000吨。

能源管理与高效利用

公司严格贯彻执行《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，完善内部《能源管理制度》《生产统计管理制度》及相关运行标准，持续推进工艺创新、节能改造和节能新技术应用。2025年，公司千升酒综合能耗同比降低3.08%。

2025年依托国家绿电交易机制，57家工厂使用可再生能源电力，使用占比91%。其中，全年100%使用可再生能源电力的工厂达36家。未来五年，公司计划新增20兆瓦分布式光伏装机容量，持续提升可再生能源应用水平。

2025年，
公司千升酒综合能耗同比降低
3.08%

使用可再生能源电力工厂
57家

指标

能源使用种类及消耗量

指标名称	单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
电	1,000千瓦时	440,016	440,971	435,454	-1.3%
天然气	1,000千瓦时	736,172	717,409	702,213	-2.1%
热力	1,000千瓦时	569,523	523,229	470,672	-10.0%
单位综合能耗密度	1,000千瓦时/千升产量	0.2271	0.2216	0.2147	-3.1%
直接能源总消耗量	吨标煤	90,428	88,123	86,256	-2.1%
间接能源总消耗量	吨标煤	110,614	103,254	98,648	-4.5%
能源消费总量	吨标煤	201,042	191,377	184,904	-3.4%
其中清洁能源使用量	吨标煤	132,116	134,667	136,068	1.0%
总能耗强度	吨标煤/千升产量	0.028	0.027	0.026	-3.1%

举措

建立卓越目标体系与专项培训	打破基于过往的能耗目标设定规则，建立标准用能测算模型，以高目标驱动用能优化。区分不同品种的工艺设计与生产流程设立各生产环节标准能耗。 召开2025年度动力学校，全面讲解节能降碳工作战略规划，为可持续绿色低碳发展指明方向；全流程多角度剖析碳中和工厂打造方案，为不同工厂提供了碳中和可行性路线；对运行过程中的关键点、操作方法、技改方案等进行培训和交流，提高工厂解决难点问题的能力，提升工厂的用能效率。
细化过程管理	以规范工厂运行控制为重要抓手，进一步提升工厂用能设备的效率，通过细化标准、优化运行、完善设备配置等多维度，全面赋能指导工厂，提升工厂识别节能降耗点及制定改进举措的能力。 完善用能过程关键控制点异常报警，实时管控能耗，针对重点机台的用能过程关键控制点进行监控，实现重点耗能设备精细化管控，推动能源高效使用与回收。
节能新技术利用	针对啤酒生产的工艺、流程和设备特点，量身定制各环节降低能耗的改进措施与关键控制应用，试点节能技改新技术，进一步完善工厂关键用能设备，提升系统用能效率。
优化用能结构	青啤公司积极推进分布式能源建设，持续推进可再生能源电力使用，2025年新增6家工厂安装分布式光伏11.36兆瓦。截至2025年全公司累计18家工厂安装分布式光伏28兆瓦，自建光伏发电量1,655万千瓦时。
全员参与节能降碳	公司组织开展了专项合理化建议征集活动，引导员工聚焦生产运营中的能耗与排放痛点，群策群力，为绿色转型贡献实用方案。

案例

青岛啤酒二厂针对二氧化碳回收系统电耗偏高的问题，项目团队以节电为核心突破口，对全流程进行了系统性诊断与梳理。在此基础上，确立了“稳运行、提效能、优模式”三大改进方向，通过实施工艺参数优化、关键设备升级，并深度融合智能控制策略，实现了多角度协同增效。系列措施效果显著：吨二氧化碳回收的电耗较之前下降约30%，年节约电费32万元。此外，项目还同步实现了节水35%、降低蒸汽消耗20%的协同效益。这一改进不仅直接节约了水、电、蒸汽等资源，更通过解决核心能效问题，反向驱动了生产工艺、能源管理、设备维护及现场操作等多个维度的系统性优化与提升，实现了节能降碳与提质增效的双重目标。

环境合规管理

公司根据《中华人民共和国环境保护法》等相关法律的规定，制订了《环境事件应急响应管理程序》，各生产企业均已建立了突发环境事件应急预案，定期开展应急演练，不断加强环保人员技能培训，提高环保人员的应急反应及处置能力。报告期内未发生突发重大环境事件，未因环境事件受到生态环境等有关部门给予重大行政处罚或被追究刑事责任。

另外，公司未参与全国温室气体自愿减排项目和核证自愿减排量的登记与交易；三环公司、松江公司、深圳公司被纳入工厂所在的地方碳市场，报告期内完成清缴，无被要求整改或立案调查的情形。此外，公司尚未实施内部碳定价机制，相关碳管理举措仍以能效提升、清洁能源替代和碳排放监测为主。

废弃物处理

青岛啤酒严格遵循《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》，规范日常生产环节中固体废弃物的收集、储存与转移管理，公司建立《固体废物污染防治管理规定》，确保废弃物合规处置率100%，危险废物合规处置率100%。我们亦重视废弃物的回收利用，坚持做到“在青岛啤酒，没有废物，只有放错了位置的资源”，确保酒糟、废酵母、碎玻璃等一般工业固体废物综合利用率达100%。

指标

无害废弃物产生总量及密度

指标名称	单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
废酒糟	吨	127,484	125,523	128,218	2.2%
废酵母	吨	11,113	10,846	10,818	-0.3%
废弃玻璃瓶、易拉罐	吨	36,982	34,206	32,476	-5.6%
无害废弃物总量	吨	269,025	252,727	252,655	-0.03%
无害废弃物密度	吨/千升产量	0.0363	0.0350	0.0350	0

有害废弃物总量及密度

指标名称	单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
有害废弃物总量	千克	110,724	107,387	106,843	-0.5%
有害废弃物密度	克/千升产量	14.94	14.85	14.81	-0.2%

举措

有害废弃物处理

聚焦废矿物油、化学废液、沾染危废的废弃包装物等占比较高的有害废弃物开展减量化，通过梳理制冷站、包装、废水在线设备等源头产生工序，形成有害废弃物减量重点措施7项。同时跟踪有害废弃物产生量较高的工厂，指导工厂制定减量方案，严格落实有害废弃物全流程管控，有害废弃物处置合规率100%。

无害废弃物处理

进一步强化固体废物合规管理：开展固体废物合作方资质和处置能力查验、修订合同范本、抽查过磅及出厂记录、跟踪核实处置去向，实现了从源头产生到末端处置的全流程监督管理，无害废弃物处置合法合规。

目标

2026年啤酒生产单位产品危险废弃物排放量目标：

同比 2019 年下降 **21** *%；*

2026年啤酒生产单位产品无害废弃物排放量目标：

同比 2019 年下降 **34** *%*

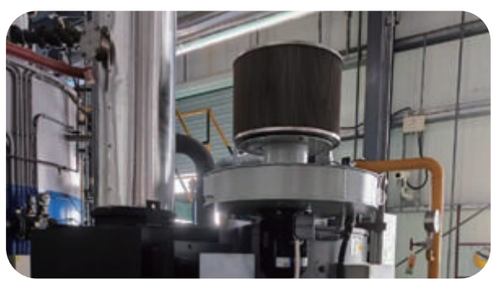
污染物合规排放

公司已建立了完善的污染治理设施和运行控制管理制度，设置了严于国家排放标准的公司内部控制标准，通过生产运营平台对各生产企业的日常环保设施运行和污染物排放情况进行监控。通过不断加强污染物源头控制和过程管理，确保了公司环保设施的稳定运行，实现了污染物稳定达标排放。公司现有生产设施选用低噪音设备，还根据工厂具体所处环境位置的各类噪声源采取了不同的消音及隔音措施，通过配置隔音屏，采用各类消音设备等方法来防噪、降噪，厂界噪声控制在达标范围内。

本年度污染物排放未对员工、当地社区居民等群体造成影响，未出现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。

废气污染物减排管理

青岛啤酒严格落实《中华人民共和国大气污染防治法》《锅炉大气污染物排放标准》《大气污染物综合排放标准》等法律法规，内部建立《大气污染防治管理规定》，对所有废气污染物进行识别、管控。公司的废气污染物主要来自锅炉燃烧过程、粉尘及异味等，公司按照法律法规要求合规配置、运行废气污染防治设施，委托具备专业资质的第三方定期对废气排放进行监测，确保废气污染物稳定达标排放。



◆ 2025年韶关工厂所有燃气锅炉全部完成低氮改造

指标

废气排放物种类及排放数据

污染物种类		单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
锅炉废气排放物	氮氧化物	吨	56.5	51.3	47.8	-6.8%
	颗粒物	吨	8.4	7.9	6.2	-21.5%
	二氧化硫	吨	4.4	2.8	2.2	-21.4%

备注：公司的废气排放物主要来自锅炉燃烧过程，包括氮氧化物、颗粒物和二氧化硫。

目标

2026 年啤酒生产单位产品氮氧化物排放量目标较 2019 年下降 **74.5** *%*

废水污染物减排管理

公司遵守《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》《啤酒工业污染物排放标准》等法律法规，内部建立《水污染防治管理规定》《污染物在线监控设施管理规定》2项水污染物相关的管理标准。啤酒生产过程中产生的废水主要采用“厌氧+好氧”生物法处理，异味治理主要采用生物法或化学法，废水污染防治设施完备，废水总排口配备自动监控设施，报告期内废水污染防治设施运行正常，并定期委托有资质的第三方单位进行水质监测，废水稳定达标排放。

指标

废水排放物种类及排放数据

污染物种类		单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
污水排放物	工业废水总量	立方米	17,944,000	15,534,049	14,352,540	-7.6%
	化学需氧量(COD)	吨	754	673	621	-7.7%
	氨氮	吨	71	63	58	-7.9%
	总氮	吨	247	220	203	-7.7%
	总磷	吨	7.5	6.7	6.5	-3.0%

案例

青岛啤酒（揭阳）有限公司积极响应国家《节约用水条例》中关于开发利用非常规水的要求，集蓄雨水进行综合利用，2025年累计利用雨水超7,000m³，水耗同比降低0.22m³/kL。

目标

2026年单位产品COD排放量

较 2019 年下降 36%

单位产品氨氮排放量

较 2019 年下降 43%

废水价值共享项目

青岛啤酒依据《啤酒工业污染物排放标准》(GB 19821-2005)修改单4.2条要求，积极推进啤酒厂与下游污水处理厂签约废水价值共享项目。啤酒废水经简单预处理后，进入下游污水处理厂作为生物质碳源利用。通过青岛啤酒废水价值共享项目的实施，优化了污水系统工艺流程，降低了投资费用。2025年新增2家工厂签约该项目，目前公司签约工厂总数量达到37家。2025年同比节约废水处理费用260万元，减少污泥323吨，降低用电量98.1万kWh，减少碳排放521吨二氧化碳当量。

绿色行动

循环经济

青岛啤酒始终秉承“减量化、再利用、再循环”的循环经济3R原则，持续加强废弃物及包装材料的妥善管理，全面深化减排举措，积极探索循环利用方式，切实推进企业绿色可持续发展。

指标

指标名称	单位	2023年	2024年	2025年	2025年同比变幅
啤酒新瓶	千吨	1,380	1,236	1,125	-9%
啤酒旧瓶	千吨	2,769	2,412	2,307	-4%
易拉罐	千吨	73	75	79	4%
纸箱	千吨	245	198	201	2%
塑膜	千吨	10.7	10.7	10.4	-2%
瓶盖	千吨	25.35	21.81	20.55	-6%
商标	千吨	9.92	9.03	9.16	2%
包材总量	千吨	4,513	3,964	3,752	-5%
啤酒生产单位包材量	千吨/千升产量	0.0006091	0.0005481	0.0005202	-5%

备注：受产量及品种结构影响，部分物料消耗总重量增长

举措

强化源头防控，减少废弃物产生

固体废物源头减量 降低玻璃瓶瓶损，减少碎玻璃产生量，全年减少碎玻璃1,709吨；对生产车间产生的废弃包装物进行分类管控，厂区内设置专门暂存点分类存放，避免混装导致的资源浪费。

废水源头防控 在生产车间设置废水收集设施，对高浓度酿造废水进行单独收集后作为碳源供给下游污水厂使用，降低废水污染物浓度，减少后续处理难度与能耗。

完善回收利用体系，推动废弃物资源化

固体废物回收利用 酒糟、麦糠、废酵母等，全部回收用于饲料养殖或饲料加工，对碎玻璃、废旧金属、废塑料、废纸箱等废弃物，全部交由具备再生资源回收资质的企业进行分类回收再返回上游产业链，再生为玻璃原料、金属制品、塑料制品、包装物等，实现循环利用；对废旧设备零件等，进行拆解、分类，应收尽收，无害化处置率达100%，彻底杜绝固废污染风险。

报告期内，通过上述循环经济措施的落地实施，公司在资源节约、废弃物减排、资源化利用等方面均取得阶段性成果，废弃物资源化利用率显著提升。

推广绿色包材

青岛啤酒积极贯彻绿色包材理念，持续优化包装组合设计，全面推动包装的回收再利用，减少包装材料对环境的影响。

- 公司严格管控塑料包装生产环节，持续推进缠绕膜减薄技术应用，减少塑料使用。
- 与供应链上游造纸厂协同，共同创新研发碳中和包装用纸，通过能源、配方、关键工艺等改进，实现用纸“零”碳目标。碳中和认证面纸纸箱使用量占总纸箱用量的33.5%。
- 引导纸箱供应商使用碳中和包装纸，与供应链合作伙伴积极探索新的合作模式，开拓新的合作领域，倡导上下游企业共同践行绿色低碳社会责任。
- 公司积极开展轻量化设计及应用。在易拉罐生产中，可再生铝材使用比例达40%（占总用量约36%），显著降低原材料开采对环境的影响。在一次性新瓶产品中，轻量化减重瓶占比达16%，有效减少原材料消耗与运输碳排放。2025年，公司可回收瓶使用率达到72.9%，较上年提升1.3个百分点，充分体现循环经济实践与运营成本管控方面的双重成效。

案例 | 包装减碳研究推广应用

减重瓶：500mL白啤减重瓶使用1.66亿只，减少碳排放9,663吨。218mL、450mL逸品纯生减重瓶2025年12月份首批上市。

减薄皇冠盖：铁材厚度由0.23mm降至0.20mm，累计使用1.88亿只，减少碳排放242吨。

40%回收铝易拉罐：累计使用5.2亿只，减少碳排放31,603吨。

减薄易拉罐：原料铝材厚度由0.265mm调整为0.260mm，吨铝落杯数量增加2,500~3,000只，减少生产过程碳排放，试验易拉罐已减少碳排放约200吨。

易开盖减薄：铝材厚度由0.244mm降至0.208mm，累计使用17.24亿只，减少碳排放9,034吨。

维实洛克集束包：采用增加底部卡扣、优化顶部扣手结构等方式调整包盒尺寸，宽度由原来的196mm调整为186mm。

减薄拉伸缠绕膜：厚度由0.024mm降至0.018mm，累计减少重量550吨，减少碳排放1,259吨。

纸箱可变二维码升级项目：喷码尺寸由20*20cm替代现行25*25cm，识别率≥99.9%。

绿色投资

绿色工厂、碳中和工厂

2025年青岛啤酒在绿色发展固定资产方面投入金额19,352万元，56家工厂通过环境管理体系认证(包括麦芽厂),覆盖率98.2%。公司始终坚持以绿色发展理念为引领，积极响应《关于开展零碳工厂建设工作的指导意见》，目前已创建30家“国家级绿色工厂”，9家工厂获得省级绿色工厂。青岛啤酒（济南）有限公司于2024年通过碳中和认证，成为公司首家碳中和工厂。2025年，新增青岛啤酒（随州）有限公司通过碳中和认证。2026年，新增青岛啤酒（枣庄）有限公司，青岛啤酒（德州）有限公司通过碳中和认证。截至目前公司已累计4家工厂通过碳中和认证，成为碳中和工厂。

智能化、绿色化、融合化发展

潍坊新工厂竣工出酒

2025年12月18日，青岛啤酒（潍坊）制造有限公司60万千升啤酒生产项目竣工出酒，新工厂打破了传统工业生产的边界，将啤酒智造与时尚文旅深度融合，打造集啤酒生产、观光休闲、消费者体验于一体的啤酒“梦工厂”。未来，这里将成为潍坊市民的打卡新地标——不仅能喝到新鲜出炉的啤酒，还能近距离感受啤酒酿造的奥秘，沉浸式体验啤酒文化的独特魅力。

鞍山数智基地“冲刺跑”

青岛啤酒（鞍山）有限公司数智化啤酒生产基地（一期）项目将引进全球顶尖啤酒生产设备，集成数字化管理系统、智能酿造工艺、绿色低碳技术于一体，一期项目投产后年产能可达30万千升。项目规划建设啤酒文化展示区、生产线观光通道、鲜啤品鉴中心等配套设施，未来将成为鞍山工业旅游的新地标，是青岛啤酒布局东北市场、实现数字化转型的关键一步，也是鞍山推动先进制造业升级、构建“产业兴市”新格局的重要抓手，将成为政企协同、互利共赢的典范。

此外，青岛啤酒麦芽厂25万吨扩建项目、二厂100万千升纯生生产基地项目、五厂高端特色啤酒生产基地项目、智慧供应链升级改造项目及多家工厂智能装备升级项目也在如火如荼地开展中。

护绿行动

青岛啤酒严格遵守《建设项目环境保护管理条例》等法律法规，严密控制妥善管理生产运营对周边环境带来的影响，将对生物多样性、生态保护的考量纳入工厂建设项目的全生命周期。在新建工厂项目选址时，公司严格遵守《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》选址条款要求，对工厂周边的水源水质、生态环境、社区环境进行充分评估和调研，并将评估结果作为新建工厂选址的重要评价指标。在新建工厂的配套基建中，我们积极采取环境保护、污染防治、生物多样性保护等措施，确保对周边环境的影响降至最低。

西安公司环保志愿者们积极开展植树护绿活动

福州公司环保志愿者在当地海滩开展“以塑换蔬”市民互动活动，参与民众可以用收集到的塑料瓶兑换新鲜蔬菜，宣传绿色低碳生活理念

环保志愿者行动

在日常生活中，我们号召下属工厂开展全员环境保护活动，包括水源地保护、废旧物资工艺品展示、低碳行走、植树、减塑活动、减碳活动、环保知识竞赛、垃圾分类、节约粮食、河流放生本地鱼类等活动，并评选出优秀环保志愿者组织，增强并提升全员生态环境保护意识。

菏泽公司环保志愿者走进七里河湿地公园，开展“净滩护绿”公益行动

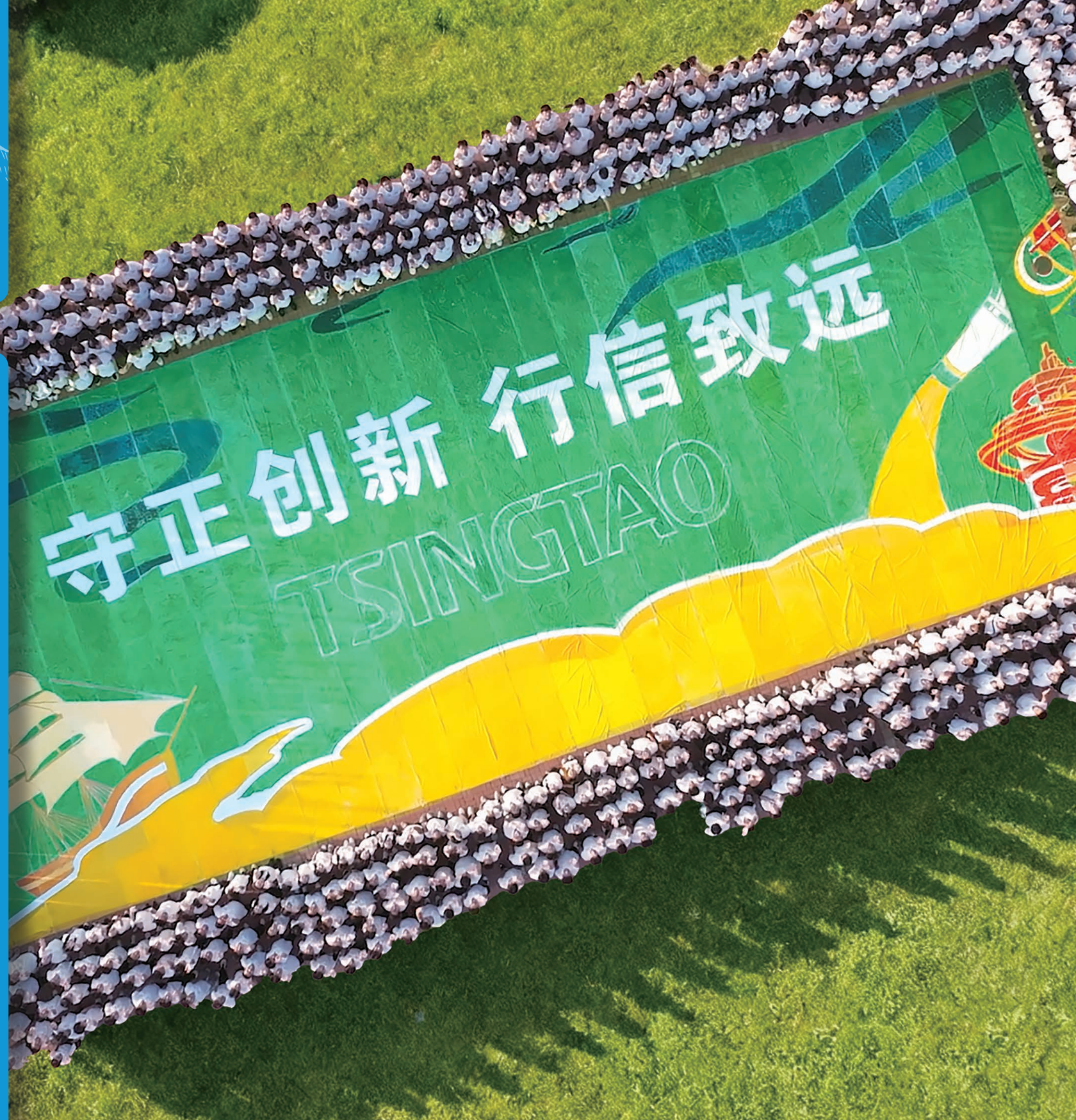
三水公司环保志愿者们积极参与“绿色餐桌，减量有我”餐饮商家调研活动，开展环保内容宣讲，引导商家进行环保包装升级

03

以人为本
——给奋进者舞台 为成就者喝彩

青岛啤酒始终秉持“给奋进者舞台，为成就者喝彩”的人才理念，助力每一位员工在平等、尊重、多元化的环境中快速成长并创造价值。我们高度重视员工的身心健康，充分保障员工基本权益，全面落实员工关怀政策，通过营造和谐发展的工作氛围，为员工创造快乐、提供关怀，并将青岛啤酒的高品质与快乐传递给全球消费者。

- 职业健康与安全 60
- 权益与保障 62
- 员工成长与发展 65
- 员工关爱 68



职业健康与安全

青岛啤酒公司始终坚持以人为本、安全第一的理念，将安全生产作为头等大事来抓，严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国特种设备安全法》等相关法律法规和国家标准要求，早在2002年公司已经按照OHSAS 18001的要求建立了职业安全健康管理体系，截止到目前已经通过了DNV(挪威船级社)、ISO 45001体系认证，安全生产管理体系不断得到丰富和完善。

公司2025年完成《安全生产风险分级管控管理规定》《差旅安全管理办法》《安全风险识别评估与分级管控管理制度》《消防设施管理规定》《化学品管理制度》《安全与职业健康应急准备与响应管理制度》《安全生产考核管理制度》《安全培训管理制度》《大型群体性活动安全管理规定》等21个制度修订完善，确保安全生产规章制度合法合规。

安全生产

举措

- 建立14项462个安全相关的法律法规清单，将符合国家有关的法律、法规的要求作为安全管理的底线和红线。
- 制定了公司职业安全健康方针和职业安全健康目标。

安全愿景	安全使命	安全工作方针
让公司成为员工安全健康快乐工作的场所	用我们的真情和恒心，将安全制度化为日常行为习惯，让安全文化深入人心	风险识别全方位零几率；安全检查全覆盖零死角；隐患治理全消除零容忍

- 聚焦啤酒行业的7大类重大风险，识别评估出员工可能受到伤害的安全风险，指按照风险不同级别确定不同的管控方式，重点问题重点管理。

危害因素的识别评估

- 建立专门组织机构，制定安全管理方案，落地实施职业安全健康方针及目标。

公司成立高管团队任组员的安全生产委员会(简称安委会)，定期召开专题会议，部署落地安全事项。2025年全年召开安委会4次，跟踪15项安委会决议事项落实情况，充分发挥安全生产委员会的统一领导、工作议事和综合协调的作用。

下属所有业务单位全部按照要求成立安委会，单位一把手任负责人，通过建立安全生产责任制明确并落实了全员安全主体责任。

总部成立专职安全生产管理部门，统一制定年度安全目标，将安全目标和指标分解到每一个下属单位、部门、班组和每一位员工，2025年各单位分层级签订28,731份安全目标责任书，实现安全目标责任分解率100%，安全管理网络全覆盖。

- 全面开展危险源识别、评价，落实管控措施，健全和完善监管机制，明确各层级的监管职责，有效控制安全风险，预防和减少各类生产安全事故发生。2025年公司开展控风险除隐患行动，累计消除隐患3868项，集中在动力、消防、道路交通、危化品、临时用电等领域，截至目前整改率达100%。

2025年青岛啤酒未发生重伤及死亡以上安全事故，未发生政府处罚安全生产事项，2025年公司发生损失工作日工伤事件3起。

安全培训

总部全年组织开展12次安全专题培训，涵盖高风险、维修作业、施工安全、安全联锁、门卫、培训和天气预警等13项内容，其中高风险作业（高处作业）培训共计3,712人参加培训考试，有限空间专题培训，共有3,542人参加。全公司各级预案演练8,579次，其中厂级应急演练累计829次，班组级现场处置方案演练5,791次，有效提升了相关人员的安全意识和业务水平。

指标

安全培训覆盖率
100 %

安全培训
17,746 人次

人均安全培训学时
48.01 小时

职业健康防护

在员工职业健康防护方面，对识别的27个职业病危害因素定期进行作业环境检测；相关岗位员工全部组织职业健康体检，员工职业健康体检近万人，更新了新款防护鞋和防护手套，全年劳动保护费投入约4,000万元，切实保障了员工职业健康。

2025年公司未发生职业病事件，职工体检覆盖率100%，员工工伤保险支出金额1888.52万元，工伤保险覆盖率100%。

权益与保障

青岛啤酒坚持合法合规底线，严格遵守国家法律法规及省市等地方劳动用工有关政策，如《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》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国妇女权益保障法》《中华人民共和国工会法》《工伤保险条例》等，提升用工管理水平。

同时公司构建了一套科学完善的内部管理体系，制定各项制度，依法合规开展员工管理工作，如招聘制度：《青啤公司招聘管理制度》《岗位竞聘管理规定》等；培训制度：《新员工培训管理制度》《培训计划管理规定》；人才制度：《人才管理制度》；绩效激励制度：《全员绩效管理规定》《组织绩效管理规定》等；员工关系：《青岛啤酒股份有限公司劳动用工管理专项合规指引》等，切实保障员工合法权益，构建健全的员工治理体系。

雇佣平等合规

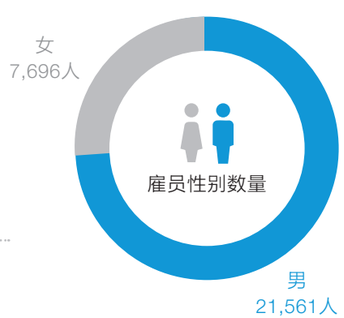
青岛啤酒给予应聘人员享有平等的就业和发展机会，不因性别、年龄、地域、民族、种族、宗教信仰、是否残疾等差异化对待应聘者，保证招聘过程合法合规。公司严格执行法律要求，禁止雇佣童工和强迫或强制劳工，在2025年未发现任何业务存在雇佣童工或使用强迫或强制劳动的重大风险。公司依法依规与员工签署劳动合同，2025年员工劳动合同签订率100%。

公司坚持人才作为第一资源，通过校园招聘、社会招聘及内部招聘等多种方式推动人才队伍建设与发展，通过高校毕业生、关键紧缺人才的外部引进为组织增添新鲜血液，通过内部竞聘激活组织人才活力，通过规范的程序确保录用合法合规。

指标与目标

员工总人数 **29,257** 人

全职员工占比 100%



年龄

30岁及以下	4,637人
31岁至40岁	10,868人
41岁至50岁	8,568人
51岁及以上	5,184人

地区

中国内地	29,185人
中国香港（或其他）	72人

多元化

26.30% 全体员工中女性占比

11.21% 中级管理人员女性占比

13.33% 高级管理人员女性占比

33.33% 董事会女性占比

流失率

男	4.24%
女	0.71%
30岁及以下	3.21%
31岁至40岁	1.30%
41岁至50岁	0.36%
51岁及以上	0.08%

员工福利与保障体系

青岛啤酒秉持“以员工为中心”的发展理念，立足员工需求，回应员工关切，系统构建涵盖完善薪酬福利、绩效激励机制及多层次养老保险在内的全方位保障体系，使员工在物质与精神层面获得双重提升，切实增强员工获得感、幸福感与归属感。

2025年，公司坚持以目标为导向，持续完善绩效考核与激励机制，聚焦关键指标，强化激励引导，压实责任约束，注重执行效率，充分彰显岗位价值贡献，通过任期目标与年度目标建立起长短期相结合的绩效评价机制；同时，进一步深化薪酬与经营业绩的联动机制，稳步提升员工收入水平，为高质量发展提供有力支撑。

公司依法为员工缴纳五险一金，并自主建立企业年金，构筑起多层次的养老保障体系，为职工保驾护航。员工不仅享有带薪年休假、产假、病假、陪产假、育儿假及护理假等法定假期，还可享受陪考假、年度健康体检、健康讲座培训、节日福利、结婚关怀等具有公司特色的人文福利，全方位保障员工合法权益。公司同时注重落实对女职工劳动权与发展权的平等保障，通过精准关爱举措，持续提升员工生活品质与职业归属感。

员工民主管理与沟通

2025年5月22日，青啤公司第六届职工代表大会第六次会议、第六届工会会员代表大会第六次会议在青岛啤酒二厂召开。各职工（会员）代表、非职工（会员）代表在主会场、视频分会场等参加会议，经过讨论和审议，通过了各项决议。

◆ 职工代表开展分组讨论

会上系统回顾了公司2024年生产经营情况，明确了2025年重点工作要求，会议还审议了《2025年职工薪酬预算与管理考核办法报告》《2024年度青啤集团企业年金运营报告》《第六届第五次职工代表大会职工代表提案工作报告》等各项报告，并进行了公司第十一届董事会职工董事投票选举。本次会议为职工充分了解公司发展，主动参与民主管理、建言献策提供了平台，统一思想、鼓舞干劲，进一步增强职工对公司发展的参与感、责任感和使命感。

2025年青岛啤酒凭借卓越的雇主形象以及在员工培养发展、人才管理、数字化建设、社会责任等方面的实践，在国内多家专业、领先且具有较大影响力的评选机构组织的雇主评审中摘得多项年度雇主大奖。

2025 HRflag多元公平包容大奖

福布斯中国•年度最受员工欢迎雇主

HRoot卓越雇主

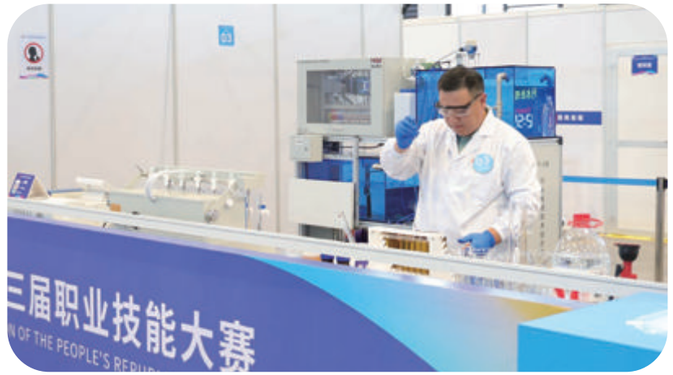
2025年智联招聘中国年度最佳雇主

2025猎聘山东年度非凡雇主

员工成长与发展

青岛啤酒构建了覆盖全职业周期的成长发展体系，通过完善晋升通道、健全培训机制，为员工打造多元化发展平台。2025年青啤e企学平台累计登录99万人次，累计1万+门课程，持续为企业员工提供最前沿、最经典、最先进的理论知识和实践案例以及最有效的标准化管理提升课程。在此基础上，我们持续深化干部管理体系，优化人才培养路径，加速人才成长与任用，有力支持员工职业发展与专业技能提升，实现企业与员工的共同成长、共赢未来。

2025 年
青啤 e 企学平台累计登录
99 万人次



◆ 随州公司员工舒未然作为湖北省唯一一名污水处理工种代表参与全国第三届职业技能大赛污水处理工种竞赛

人才队伍建设

青岛啤酒聚力高素质人才队伍建设，依托青岛啤酒管理学院，构建了以“领导力发展、专业力提升、业务力拓展”三力并举、以“储备线与胜任线”双线并行的复合型人才培养体系，陆续孵化了覆盖各管理层级的特色培训项目，如TT-EMBA、银★资格班及一线管理者提升计划等，并依托专业院校和实训基地，系统性提升骨干人才的专业能力。同时，公司积极推进最佳实践标准化建设与推广，一批批具备新技能、展现新风采、创造新价值的人才不断涌现，为公司的持续发展注入了强劲动力。

丰富高层次人才荣誉体系，进一步畅通各类人才职业发展通道，目前已培养国家特支计划领军人才1人；泰山产业领军人才2人；全国技术能手4人。2025年公司获得省级竞赛一等奖2人；2025年公司累计新增26项市级以上技能荣誉，其中省级技能荣誉12项。

公司组建企业提质增效的智囊团——专家工作站，目前已经建立技能专家工作站51个，其中省市级20个；持续推动技能人才攻关，高技能人才占比27.2%，同比增幅3.1%。

建立技能专家工作站
51 个

高技能人才占比
27.2 %

同比增幅
3.1 %

管理能力提升

2025年，着重加强以统一思想为目的的干部培训，系统提升各级干部的战略理解、组织执行与文化认同，为企业高质量发展凝聚共识、筑牢根基。通过“清风护航筑基轮训”计划，先后组织新任领导人员41人、大区经理197人、工厂部长104人参加调训。

◆ 新任领导人员调训

业务专业能力提升

深化业培深度融合的专业能力提升培训，累计开展魅力感知微讲堂161期，小尖刀微讲堂11期，直达业务重点、难点、痛点，专业培训实战化显著增强。面向总部及三大中心职能管理人员开展涵盖广告宣传、价格标注、知识产权保护、消费者权益保护、商业竞争、促销、个人信息及数据保护、网络直播等八大核心领域的专题培训，覆盖率100%。聚焦营销业务需求，建立并组织了覆盖广告监管、合同管理、保密管理等关键领域，深度解读新法规、新业态合规要求及业务疑难问题等在内的营销专题培训，并通过转训机制有效促进合规知识向业务一线渗透，整体提升营销体系法律风险防控能力。推进《啤酒知识》《营销安全管理知识》等课程学习，新入职业务代表学习覆盖率100%、管理培训生学习覆盖率100%；《啤酒工艺与青岛啤酒产品介绍》营销全员学习覆盖率100%。

◆ 制造体系银★培训

◆ 智能装备维修电工实操培训

数字化专项赋能

全面推进数字化能力建设，组织核心人才线上专题培训（先导课程），认证通过率90%；组织总部职能人员看数用数能力培训，覆盖经理及以上共计447人，认证完成率96.4%；组织数字化骨干围绕不同业务场景开展专项培训，覆盖221人；回归业务场景，解决实际问题，让数字化能力真正落地到岗位实操中。

全面推进数字化能力建设，组织核心人才线上专题培训（先导课程），认证通过率

90%

组织总部职能人员看数用数能力培训，覆盖经理及以上共计

447人

认证完成率

96.4%

组织数字化骨干围绕不同业务场景开展专项培训

221人

职业发展培训员工覆盖率

100%

每名员工平均受训时数

61.0小时

员工培训

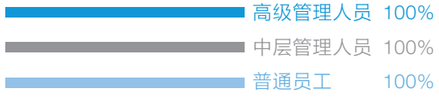
1,809,537人次

员工培训支出金额

2,888.2万元

按性别划分受训雇员百分比

按职级划分受训雇员百分比



按职级划分受训人均小时

员工关爱

公司工会坚持“普惠关爱精准化+特色关爱多元化+分类关爱个性化”，构建职工关爱服务体系。

普惠关爱

开展春节慰问、夏送清凉、走访重点项目的一线职工等。升级发布《2025版精准送清凉举措汇编》；开展“关爱护航成长路，扬帆奋楫青春梦”多元助学活动；针对困难职工建立以“常态帮扶”为基础、以“关爱基金”和“职工互助保险”为补充的帮扶机制。2025年“关爱基金”共救助大病职工19人，支出66.9万元，共有51家单位向关爱基金捐款合计60.66万元，获得职工互助保险35.8万元。持续开展“红心向党光荣离岗，青啤精神薪火相传”职工荣休工作。

◆ 揭阳公司开展关爱基金捐助活动

◆ 渭南公司为退休员工举办欢送仪式

特色关爱

聚焦“三惠”服务。惠健康方面，升级健康小屋，开展中医把脉、健康理疗等，把健康送到职工岗位上。惠生活方面，组织马拉松欢乐跑；第三届职工子女劳动技能秀、第四届职工子女托管班；“金秋会聚良缘，七夕相遇青啤”青年职工联谊活动等。惠文化方面，举办迎新春大集、“元宵佳节共团圆，携手奋进新征程”元宵节同乐会、“跟党奋进新征程，巾帼建功新时代”三八妇女节系列活动、“‘粽’享好时光，同心赢未来”端午节活动、“家国同庆，情满月圆”中秋国庆活动等，丰富职工文化生活，培养职工高尚情操，增强企业凝聚力。

◆ 公司总部积极开展春节、元宵节、端午、国庆等庆祝活动

◆ 各单位积极开展各项丰富多彩的员工活动

分类关爱

聚焦岗位特点，开展营销一线职工需求调研、针对技能、福利等六大类15项建议形成专项调研报告并逐一推动解决。分两批组织营销职工代表及家属开展“回家看看”主题活动；开展省区职工篮球赛；为一线营销人员和客服职工订制“心理健康关怀活动”。针对科研中心搬迁带来的职工需求，增配通勤车辆、便利服务设施等。针对重点项目工程的员工多线作战的特点，分批开展专题职工疗休养，通过观摩学习、参与健康项目、开展座谈交流等方式缓解压力、积蓄力量。公司被纳入青岛市“职工生活幸福型企业”、被确定为青岛市女职工关爱服务阵地。

◆ 公司开展一线营销人员、客服职工“心理健康关怀活动”

04

责任担当
——创造可分享的社会价值

青岛啤酒携手价值链上下游，以创新的方式投身于行业合作，共同应对新出现的挑战，打造可持续和负责任的价值链；我们以实际行动履行社会责任，围绕乡村振兴、慈善捐赠、抗灾、扶贫、助学等社会公益，践行企业责任担当，用实际行动共建和谐美好社会。

- 可持续供应链 72
- 关爱社会 76

可持续供应链

青岛啤酒要求价值链合作伙伴遵守公司各项政策，对新建立的合作伙伴进行ESG可持续性风险评估及相关内容的沟通培训，我们与价值链伙伴共同致力于为打造绿色环境做贡献；每年都会审查与现有合作伙伴签订的合同条款和服务协议，筛选并淘汰与公司发展理念相违背的合作伙伴。

供应商管理

负责任采购

公司严格遵守中华人民共和国的相关法律法规要求，如《中华人民共和国食品安全法》《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》《消毒产品生产企业卫生许可规定》等法律法规，同时，制定并遵循《采购管理手册》《物料采购招标竞价管理规定》《青岛啤酒供应商进入、合作、退出管理流程》《采购操手守则》等内部管理制度，要求供应商签署《廉洁承诺书》，确保商业道德合规。

供应商管理与评估

公司根据供应商管理体系框架，建立供应商分级管理制度，每年度基于供应商的商务资质、产品质量、供货数量、技术能力、管理制度、可持续管理体系等多个维护动态调整分级。

公司对于新引进供应商及供应商合作过程中定期进行考察及审核，通过审核的新供应商予以准入资格。通过查核合作供应商进行管理输出，推进供应商改进提高。对于供应商资质证件、财务及资信、供货能力、环保、职业健康、雇佣关系以及供应商质量管理、生产工艺技术、设备配置及食品安全管理等维度进行查核。另外定期通过第三方平台对供方相应风险进行识别。

公司每年对合作供应商实施年度和现场审核综合评价，包括食品安全、质量、服务、实际供货完成率等维度，重点关注食品安全、质量控制及环保绩效改进。2025年合作供应商全部达到了合格标准，有力地保证了青岛啤酒的生产。

公司建立与合同签署进行关联的供应商档案管理机制，所有生产性物料依据法规要求制定《供应商索证清单》并定期更新，按照清单索要所有证件及第三方检测报告；与酒接触物料采用合格供应商动态目录管理，定期抽样送指定第三方机构检测，不符合要求的取消合作资格。报告期内，生产性物料我们共引入新供应商17家，优化淘汰供应商9家。

2025 年，
公司纳入可合作的供应商数目为
2,143 家

带动供应商践行ESG理念

我们每年不定期分品类召开供应商会议，以及通过拜访交流、审计等形式向供应商输出青岛啤酒的发展规划、管理理念和要求，提升其履行社会责任及可持续发展能力，培养供应商与青岛啤酒共同发展。公司重视供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现，在各个环节增加对供应商ESG风险评估的考量。2025年现场查核审计134家供应商，均符合要求。

公司对供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现进行认证，要求供应商按照国家、省、市各项法规合规运营。在寻源新供应商及审计现有供应商中，将ISO9001认证、ISO14001认证、ISO22000认证纳入供应商认证范围。截至2025年底，25家供应商通过国家级绿色工厂认证，11家供方通过省级绿色工厂认证；334家供应商通过ISO9000质量体系认证，112家供应商通过ISO14001环境管理体系认证，212家供应商通过食品安全体系认证，69家供应商通过ISO45001职业健康安全管理体系认证。65%以上易拉罐供应商配置光伏、50%以上麦芽供方配置光伏。

生产性物料供应商约为
836 家；
非生产性物料供应商为
1,307 家。

与供应商合作、共同发展

应对气候变化的多产区采购战略

多产区原料互补采购策略

依据全球主产区大麦行情和产情，灵活调整采购策略，确保配方需求的满足。

迭代更新的大麦品种采购名录

建立与各厂区大麦研究机构信息互享机制，不断更新各产区大麦采购名录，对种植面积达到一定规模的新品种定期进行试验、跟踪、使用和评价，确保原料的多样性和稳定性。

坚持国产麦芽支持性采购策略

持续保持对国产麦芽的使用，支持国产麦芽供应商的生产、种植，推动国内农业的可持续发展。

不断拓展全球大麦新产区的开发

为应对国内大麦供应不足的情况，对部分产区大麦进行适当采购，在保障产区供应稳定性的基础上，有效补充了国产大麦的供应不足。

持续支持国产原料发展

青岛啤酒积极响应国家政策，持续支持国产原料的发展，特别是在酒花和大麦的种植与采购方面，采取了多项措施：

- 推进建设首个国产酒花战略合作基地：公司与国内供应商合作建设国产酒花合作基地，推动青岛大花的标准化种植，不断提升田间作业标准，从源头控制酒花质量与品质。同时推动香花新品种的扩种，助力国产酒花的品种多样性发展。
- 实施盐碱地大麦合作计划：公司充分利用企业地理位置优势和科研技术优势，强强联合，与山东农科院联合攻坚耐盐碱优质啤酒大麦的全产业链创新新课题，以大麦为抓手，破局盐碱地局限，让盐碱地从“生态短板”变成能赚钱的“经济增长点”，形成“种得好、酿得好、环境也好”的循环。
- 合作助力原料品质、收益提升。在合作基地的基础上升级管理，提升田间作业标准，从源头控制原料的质量与品质；与种植户签订长期合同，鼓励扩大农户种植面积，并通过“优质优价”政策提升原料品质，同时提高合作伙伴和种植者的收益。

合作创新绿色包材

与供应商一起，积极研究新材料、新技术、新工艺的应用和推广，如缠绕膜减薄、瓶盖减薄、易拉罐盖减薄等、啤酒新瓶减重等，既降低了采购成本、双方获得收益，同时又减少了原材物料的使用，实现绿色可持续发展。

推进原料供应商绿色低碳化运营

- **麦芽：**积极推动麦芽供应商碳中和认证工作，2026年持续推进2家供应商完成碳中和认证工作，实现3家碳中和工厂覆盖面。
- **酒花：**青岛啤酒通过酒花种植基地合作，推广有机生物肥料。同时，通过推动青岛大花种植基地试点生物质锅炉，带动供应商端技术革新，探索生物质锅炉替代传统的燃煤锅炉，减少碳排放，实现农业废弃物的资源化利用，进一步推动了循环经济的发展。

青岛啤酒公司工作人员考察酒花供应商种植基地

携手经销商共赢发展

公司秉承“共创、共享、共赢”合作理念，因地制宜加快厂商协作分销模式变革，持续提升网络运营力。加速渠道数字化建设，让经销商更具成长力和竞争力，为公司高质量发展铸定网络根基。

厂商协作分销模式

经销商实施项目推进，战略经销商100%推进。

直供能力 终端直供率增长2个百分点；其中，AB类直供率增长2个百分点。

运营能力 区域铺货率同比增长1个百分点；区域产品组合达标率同比增长6个百分点。

资源配置 经销商增员增长4%；经销商增车增长3%。

网络结构能力项目

新引进经销商家数增长7%，预算完成111%。

战略经销商总量增长0.4%；经典及以上销量增长1.5%。

青岛啤酒金鹰会人员合影

平等对待中小企业

青岛啤酒积极响应国家政策要求，切实维护中小企业合法权益，及时支付中小企业款项，以实际行动为中小企业发展营造良好的营商环境。

关爱社会

青岛啤酒主动承担企业社会责任，积极参与各项公益实践，在乡村振兴、慈善捐赠、支持教育发展、社区公益活动等多个领域中贡献企业力量。组建公司员工志愿者团队，积极投身社会公益事业，持续增进民生福祉。

公司严格遵循《中华人民共和国公益事业捐赠法》《中华人民共和国慈善法》等法律法规，确保公益慈善行动合规透明。2025年，公司根据《青岛市市直企业对外捐赠管理办法》（青国资委[2024]4号）文件相关要求，对公司对外公益捐赠管理制度进行了修订，对预算管理、相关捐赠原则、捐赠流程和分额度审批要求进行了修订。

乡村振兴

青岛啤酒积极探索乡村振兴发展新路径，构建产业支撑、文旅融合的“新引擎”，助力实现乡村产业兴旺、生态宜居、文化繁荣、生活富裕，以企业担当助力乡村高质量发展。

案例 | 啤酒节拉动当地经济发展

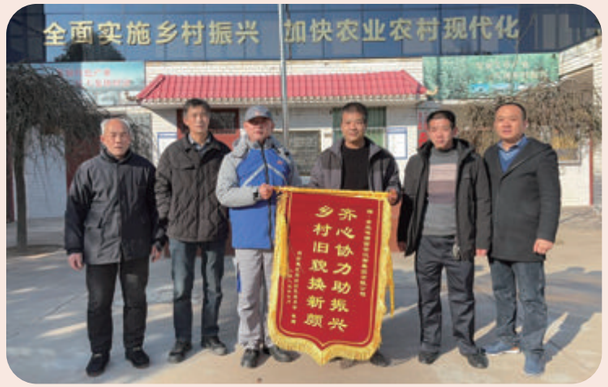
主办“薯都盛宴　青岛相伴”2025年定西市第六届青岛啤酒节和“山海情深　畅享陇南”2025青岛啤酒嘉年华暨文旅音乐季活动，在青岛国际啤酒节会场开展陇南市文化旅游宣传、农特产品展销活动，多层次、多视角宣传展示陇南、定西魅力，对增强定西、陇南文化旅游产业和休闲消费市场发展活力、加强东西部协作和经贸交流、拉动夏季消费经济、展现城市魅力、丰富市民文化生活、带动当地餐饮、住宿、交通、娱乐各行业发展，推动区域经济高质量发展具有积极作用。

◆ 定西市第六届青岛啤酒节现场

◆ 陇南青岛啤酒嘉年华暨文旅音乐季活动现场

案例 | 帮扶对口乡村、社区

2025年青岛啤酒扶贫及乡村振兴项目总投入19.67万元。青岛啤酒西安公司结合帮扶村实际需求因地制宜，共投入定点帮扶资金17.67万元，完成北阎村“村企联建党建活动基地”翻修改造，帮扶村节日慰问等项目，取得了良好的帮扶效果。中共渭南市委、渭南市人民政府发来感谢信，北阎村送上锦旗，感谢及肯定了西安公司多年来对帮扶工作的大力支持。



◆ 西安公司员工代表收到北阎村代表赠送的锦旗

2025年，为推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴，总结宣传推广近年来青岛市社会各界参与助力乡村振兴的好经验、好做法，充分展现全面推进乡村振兴的实际成效，由青岛市红十字会、中共青岛市委组织部等九单位联合主办青岛市乡村振兴优秀社会公益项目征集，青岛啤酒节庆赋能消费帮扶项目获评青岛市乡村振兴优秀社会公益项目。

青岛啤酒郴州公司被当地政府列为乡村振兴帮扶单位，主要帮扶对象是资兴市唐洞街道矿工南路社区。经与驻村工作队沟通确认，向资兴市唐洞街道矿工南路社区进行捐赠，用于社区基础设施建设项目。

热心公益

青岛啤酒关爱弱势群体、热心公益事业、关注教育、奉献爱心传递温暖。2025年公司对外捐赠、公益项目共计投入62万元。

案例 | 捐赠支持心理健康关爱进社区巡讲活动

2025年5月，为响应青岛红十字会关于世界红十字日公益捐赠的号召，体现青啤公司热心支持社会公益的务实举措，向青岛红十字会捐赠人民币20万元，定向用于冠名支持青岛红十字心理援助服务队心理健康社区巡讲，活动以群众喜闻乐见的形式提供科学的心理关爱服务，助力健康青岛和城市精神文明建设。

◆ 青岛红十字心理关爱进社区巡讲活动

案例 | 关注残疾人事业

2025年12月，青啤公司向青岛市残疾人福利基金会捐助12万元，支持开展“暖阳助语、助听、助试、助行、助学、启智、乐业、恤病、济困、无碍”等公益项目，精准帮扶残疾人。自2004年开始已累计进行残疾人捐助共计258万元。

2025年5月，青岛市残疾人福利基金会向青岛啤酒赠予“青岛市助残爱心单位”奖牌，以感谢青岛啤酒在支持残疾人相关工作中的大力支持。

案例 | 关注教育事业

自1996年起，设立“青岛啤酒 – 青岛大学”奖学金，专项用于青岛大学奖励优秀学生、扶助贫困学生、在校学生就业培训和相关社会实践体验等。截至2025年，累计捐助学生2128名，捐赠金额650万元。其中，2025年捐资30万元，奖励学生80名。

社区参与及志愿者活动

青岛啤酒下属制造体系、营销体系单位积极开展职工无偿献血活动，积极奉献爱心，守护人民群众生命健康；与社区互动，积极参与维权普法宣传活动，分发宣传手册，引导消费者关注产品质量、关注食品安全；与城中社区联合举办公益大集活动，服务社区周围的居民，实现精细化的民生服务……

◆ 青岛啤酒博物馆联合青岛市中心聋校，举办“听不见，爱不变”公益科普活动，用爱心点亮听障学生的世界

◆ 韶关公司积极参与“学雷锋志愿服务一条街”活动，通过便民服务与暖心互动，为群众送去关怀与帮助

◆ 洛阳公司慰问宜阳县实验小学并送去新学习用品

◆ 青啤二厂、青啤三厂、随州公司、荣成公司、揭阳公司、郴州公司等多家单位积极组织开展无偿献血活动奉献爱心

倡导理性饮酒，为生活创造快乐

青岛啤酒始终主张并践行理性饮酒的社会责任，倡导理性饮酒，为生活创造快乐。我们的产品标注了“过量饮酒，有害健康”标识；我们宣传“开车不饮酒”公益口号；我们开展倡导理性饮酒知识宣传系列活动；我们在公司网站入口设置了年龄访问提示……引导消费者理性饮酒，预防未成年人饮酒。

青岛啤酒积极响应中国酒业协会号召，连续多年开展理性饮酒宣传活动，助推“理性文明，拒绝酒驾”“关爱成长，非成勿饮”和“适量饮酒，快乐生活”的理念深入人心，公司采取线上线下相结合的方式，全方位、多渠道地传播理性饮酒理念，助力营造和谐、健康的饮酒环境。

2025年，在武汉、西安、石家庄、郑州、潍坊的多家餐厅和部分景点，青啤的业务人员将一张张“关爱成长、非成勿饮”主题海报，张贴在店内最醒目的位置，将理性饮酒宣传手册发放到消费者手中，以实际行动为“快乐”注入了理性与关爱的深厚内涵。

◆ 工作人员在餐饮店面张贴“关爱成长，非成勿饮”理性饮酒宣传公益海报

举措

青岛啤酒重点关怀人群

- 未成年人群

我们禁止向未成年人群出售产品，并开展未成年人群禁酒教育。

- 孕产妇

我们建议孕产妇在孕期与母乳喂养期避免饮酒。

- 驾驶者

我们严厉杜绝酒后驾车与乘坐酒后司机驾驶车辆的行为，并开展“开车不饮酒”的宣传活动。

- 患者

我们主张患者在医疗期间应避免饮酒。

◆ 工作人员向消费者发放理性饮酒宣传手册

2025年青岛啤酒荣誉（部分）

公司ESG案例入选国务院国资委
《国资国企社会责任蓝皮书（2025）》

入选中国上市公司协会
“上市公司董事会最佳实践案例”

廊坊公司、张家口公司、哈尔滨公司、昆山公司、福州公司、济南公司、三水公司入选
工业和信息化部国家级绿色工厂

青岛啤酒上榜工业和信息化部首批
“中国消费名品”

荣获
2025年度全国消费零售业数智化优秀案例奖

《数智传承经典工艺数字领航实践》入选
工业和信息化部数字领航企业（大企业）实践案例

入选
中国ESG上市公司国企先锋100榜单（2025）

《缩短3#线品种转换时间》
《提高西海岸精酿杀口力CO2稳定性》荣获
亚洲级质量改进与创新案例大赛一等奖

《降低糖化蒸汽单耗》荣获
中国质量协会国家级质量创新大赛一等奖

《平衡计分卡与数智化流程深度融合敏捷响应的战略管理创新》荣获**全国企业管理现代化创新成果二等奖、山东省企业管理现代化创新成果一等奖**

荣获
第十六届全国企业文化成果一等奖

《基于计算机辅助配方设计的啤酒原料高效利用关键技术及应用》荣获
山东省技术发明二等奖

连续三年获评
福布斯中国最受员工欢迎雇主

蝉联
Brand Finance 全球啤酒品牌力冠军

连续三年获
美团即时零售最高荣誉“金闪奖”

获京东超市
“卓越冠军奖”

第三方评价

报告评价

2025年，在全球产业链加速重构、绿色低碳转型持续深化以及消费场景不断重塑的背景下，青岛啤酒股份有限公司（以下简称“青岛啤酒”）以“创新驱动+系统化绿色转型”为主线，对企业可持续发展路径进行了进一步深化与拓展。本年度报告不仅延续了高质量披露水平，更在绿色制造体系、ESG治理深度、产业链协同及新消费模式创新等方面实现了新的突破，体现出企业从“领先实践”向“体系引领”的跃升。

从《青岛啤酒2025年环境、社会和公司治理报告》来看，公司在创新驱动方面呈现出更加系统化布局。一方面，围绕“啤酒+生物”战略方向开展前瞻性技术探索，推动制造业与生物科技、数字科技融合发展；另一方面，通过即时零售、直播电商等新业态，打造“7天原浆新鲜直送”模式，形成从产品创新到渠道创新的闭环升级，标志着企业在消费端数字化转型方面迈入新阶段。

在环境责任方面，青岛啤酒实现了从“节能减排”向“系统性绿色生态构建”的跨越。2025年，公司可再生能源电力使用占比提升至91%，累计创建30家国家级绿色工厂，数量继续保持行业领先；同时，废水资源化利用项目已推广至37家工厂，构建起具有行业示范意义的循环经济模式。此外，公司作为产业链“链主”，带动上下游协同减污降碳，推动绿色从“单厂实践”向“产业集群协同”升级，体现出更强的行业引领能力。

在社会责任方面，公司进一步从“内部关怀”拓展至“价值共创”。在持续实现员工培训全覆盖的基础上，强化技能提升与人才梯队建设，并通过奖学金、员工关爱基金等机制完善员工保障体系。同时，公司围绕乡村振兴与区域发展，探索产业帮扶与生态保护相结合的新模式，从传统公益向“产业+社会价值”转型，提升社会责任的长期性与可持续性。

在公司治理方面，青岛啤酒2025年实现了重要结构性优化：取消监事会并由董事会审计与内控委员会承接相关职能，进一步提升治理效率与国际化水平。同时，公司持续强化“决策层－监督层－执行层”三级ESG治理架构，并将ESG风险纳入全面风险管理体系，形成覆盖14大类风险的系统性管理框架，标志着ESG已从披露要求升级为核心管理工具。

此外，公司在食品安全与质量管理方面持续深化数字化赋能，构建覆盖原料、生产、物流、终端的全链条质量监控体系，建立超过1800个质量检测点，并实现国家监督抽检合格率100%，进一步巩固了行业品质标杆地位。

总体来看，青岛啤酒在2025年报告中展现出从“单点提升”向“系统化治理”的跃升，已形成覆盖产品、环境、员工与产业链的综合可持续发展体系，持续巩固行业龙头地位。

报告建议

强化“链主企业”绿色引领作用：2025年公司已在产业链协同减碳方面取得初步成效，建议进一步建立可量化的供应链碳管理体系，推动原料种植、包装材料、物流运输等环节实现全链条碳足迹管理，打造行业级绿色供应链标准。

进一步强化ESG与核心业务的深度融合：建议公司在现有治理基础上，将碳管理、资源效率与社会价值等关键ESG指标更深入嵌入产品研发、产能布局及市场策略之中，推动ESG从管理工具向价值创造引擎转变。

深化新消费场景与品牌生态融合创新：建议进一步拓展“啤酒+文旅”“啤酒+社交”等多元消费场景，结合年轻化消费趋势，打造更具沉浸感与文化内涵的品牌体验，提升品牌竞争力。

推动数字化向“数据驱动决策”升级：在现有数字化基础上，建议加强数据整合与智能分析能力建设，构建ESG数据与经营数据融合平台，实现从“数字化管理”向“智能决策支持”转型。

综合评价与展望

青岛啤酒在2025年报告中展现出更加成熟与系统的可持续发展能力，已由行业“实践领先者”逐步迈向“标准引领者”。特别是在绿色制造体系、ESG治理深化及产业链协同方面的突破，为中国啤酒行业提供了可借鉴的发展范式。

展望未来，青岛啤酒应继续以创新为核心驱动力，强化全球化布局与技术融合能力，推动绿色低碳与数字化转型协同发展。同时，充分发挥龙头企业的“链主”作用，引领行业在高质量发展与可持续发展道路上实现更高水平跃升。

中国酒业协会
China Alcoholic Drinks Association

中国酒业协会啤酒分会

ESG指标索引

上交所ESG内容索引

维度	议题	对应条款	对应章节
环境	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	应对气候变化
	污染物排放	第三十条	污染物合规排放
	废弃物处理	第三十一条	废弃物处理
	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	护绿行动
	环境合规管理	第三十三条	环境合规管理
	能源利用	第三十五条	能源管理与高效利用
	水资源利用	第三十六条	水资源利用
	循环经济	第三十七条	循环经济
社会	乡村振兴	第三十九条	乡村振兴
	社会贡献	第四十条	热心公益、社区参与与志愿者活动
	创新驱动	第四十二条	科技引领 创新驱动
	科技伦理	第四十三条	—
	供应链安全	第四十五条	可持续供应链
	平等对待中小企业	第四十六条	平等对待中小企业
	产品和服务安全与质量	第四十七条	食品安全与质量、产品全过程管理
	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	数据安全与客户隐私保护
	员工	第五十条	职业健康与安全、权益与保障、员工成长与发展、员工关爱
治理	尽职调查	第五十二条	风险控制与管理
	利益相关方沟通	第五十三条	利益相关方沟通
	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	商业道德与合规
	反不正当竞争	第五十六条	商业道德与合规

香港联交所ESG报告守则索引

指标	详情	在报告中的位置
A 环境		
层面A1:排放物		
一般披露	有关废气及温室气体排放，向水及土地的排污、有害及无害废弃物的产生等的 (a) 政策；及 (b) 遵守发行人有重大影响的相关法律及规例的资料	P49-52
A1.1	排放物种类及相关排放数据	P49-52
A1.3	所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）	P49
A1.4	所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）	P49
A1.5	描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤	P49-52
A1.6	描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤	P49-50
层面A2:资源使用		
一般披露	有效使用资源（包括能源、水及其他原材料）的政策	P46-47
A2.1	按类型划分的直接及／或间接能源（如电、气或油）总耗量（以每千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）	P47
A2.2	总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）	P46
A2.3	描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤	P47-48
A2.4	描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤	P46
A2.5	制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量	P53
层面A3:环境及天然资源		
一般披露	减低发行人对环境及天然资源造成重大影响的政策	P53-57
A3.1	描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有关影响的行动	P53-57

指标	详情	在报告中的位置
B 社会		
层面B1:雇佣		
一般披露	有关薪酬及解雇、招聘及晋升、工作时数、假期、平等机会、多元化、反歧视以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料	P62-63 68-69
B1.1	按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分的雇员总数	P62
B1.2	按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率	P63
层面B2:健康与安全		
一般披露	有关提供安全工作环境及保障雇员避免职业性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料	P60-61
B2.1	过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率	—
B2.2	因工伤损失工作日数	P61
B2.3	描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法	P60-61
层面B3:发展及培训		
一般披露	有关提升雇员履行工作职责的知识及技能的政策，描述培训活动	P65-67
B3.1	按性别及雇员类别（如高级管理层、中级管理层等）划分的受训雇员百分比	P67
B3.2	按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数	P67
层面B4:劳工准则		
一般披露	有关防止童工或强制劳工的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料	P62
B4.1	描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工	P62
B4.2	描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤	P62

指标	详情	在报告中的位置
层面B5:供应链管理		
一般披露	管理供应链的环境及社会风险政策	P72-73
B5.1	按地区划分的供货商数目	P72
B5.2	描述有关聘用供货商的惯例，向其执行有关惯例的供货商数目，以及相关执行及监察方法	P72
B5.3	描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法	P72-73
B5.4	描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的管理，以及相关执行及监察方法	P73-74
层面B6:产品责任		
一般披露	有关所提供产品和服务的健康与安全、广告、标签及私隐事宜以及补救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例的资料	P16-19、23-24
B6.1	已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而回收的百分比	P19
B6.2	接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法	P23-24
B6.3	描述与维护及保障知识产权有关的惯例	P9
B6.4	描述质量检定过程及产品回收程序	P16-22
B6.5	描述消费者数据保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法	P23-24
层面B7:反贪污		
一般披露	有关防止贿赂、勒索、欺诈及洗黑的： (a) 政策；及 (b) 遵守对发行人有重大影响的相关法律及规例	P9
B7.1	于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果	P9
B7.2	描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法	P9
B7.3	描述向董事及员工提供的反贪污培训	P9
层面B8:社区投资		
一般披露	有关以社区参与来了解营运所在社区需要和确保其业务活动会考虑社区利益的政策	P76-80

指标	详情	在报告中的位置
B8.1	专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）	P76-80
B8.2	在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）	P76-80

气候相关披露		在报告中的位置
管治	技能及能力	P34-35
	方式及频率	P34-35
	董事会的角色及职责	P34-35
	监察进度	P34-35
	管理层的角色及职责	P34-35
策略	气候相关风险和机遇	P36-37
	业务模式和价值链	P36-37
	气候韧性	P38-40
	财务状况、财务表现及现金流量	P39-40
	策略和决策	P43
风险管理	风险识别	P41
	风险评估	P41
	风险优次排列	P41
	风险管理	P41
	风险整合	P41
指标及目标	温室气体排放	P42
	跨行业指标	P38-39
	内部碳定价	暂未应用内部碳定价
	薪酬	P35
	行业指标	P43
	气候相关目标	P44

您的反馈

尊敬的读者，您好：

非常感谢您阅读了《青岛啤酒股份有限公司2025环境、社会和公司治理报告》。如果您对本报告有任何建议和意见，您可以填写下面的意见回馈表，通过电子邮件发给我们。对于您的宝贵意见，我们致以深深的谢意！

姓名：　　单位：

联系电话：　　电子邮箱：

您认为哪些章节为您提供了重要信息?

1 “前言”部分　　2 “公司治理”“ESG治理”部分　　3 “产品品质”部分

4 “环境保护”部分　　5 “员工”部分　　6 “价值链、社会”部分

7 “第三方评价”部分

您如何评价本报告?

	好	一般	不好
可读性			
中肯性			
排版设计			
总体印象			

您对我们下一年度报告的建议?

请与我们联系：

地址：中国山东省青岛市市南区香港中路五四广场青啤大厦702室266071

邮箱：zhutt@tsingtao.com.cn

TSINGTAO

青島啤酒