

Carlsberg
China

Carlsberg

(600132.SH)

重庆啤酒股份有限公司

2024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”）发布的第三份环境、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

本报告涵盖二〇二四年一月一日至二〇二四年十二月三十一日（“2024 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《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）》《GRI 可持续发展报告标准（简称 GRI 标准）》以及 ISSB 所颁布的《IFRS 可持续发展披露准则》，并结合中国酒业协会《中国酒类企业 ESG 披露指南》之建议进行编写。

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）。

资料说明

本报告引用的全部信息资料均来自公司正式文件、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。

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 2025 年 4 月 1 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

总裁致辞 03

关于我们 04

公司简介 04

荣誉 05

ESG 计划 09

ESG 亮点 12

ESG 治理 13

利益相关方沟通 14

双重重要性评估 15

六大零目标 16

零碳足迹 17

零农业足迹 25

零包装浪费 28

零水浪费 31

零非理性饮酒 35

零事故文化 39

重点关注领域 46

排放管理 47

产品与服务 50

多元、平等和包容 54

负责任采购 60

社区参与 62

合规管理 64

附录 70

第三方评价 70

GRI 索引 71

上交所 ESG 制表索引 74

中国酒类企业 ESG 披露指标索引 75

ESG 关键指标绩效 76

总裁致辞

感谢您阅读重庆啤酒股份有限公司2024年环境、社会和公司治理（ESG）报告。

2024年是重庆啤酒迈入“嘉速扬帆”新阶段的重要一年。在积极应对复杂多变市场环境的同时，我们也持续推进“共同迈向并超越零目标”（TTZAB）ESG计划，在环境、社会和公司治理领域取得了显著成果，为企业的高质量发展奠定了坚实基础。

环境方面，我们围绕“零碳足迹”“零水浪费”“零农业足迹”“零包装浪费”四个零目标稳步推进。2024年，我们旗下酒厂每百升碳排放较2015年减少76.7%，相当于11.9万辆小轿车不开一年；平均水耗下降45.7%，节水量相当于3.57个西湖。新投产的佛山三水生产基地成为嘉士伯全球首个“海绵酒厂”，全面实现绿色酿造。同时，我们继续回收利用啤酒生产副产品，并提升回瓶率、优化包装，进一步降低上下游的碳足迹。

社会方面，我们倡导“零事故文化”，不断提升员工安全意识和能力，2024年与2018

年相比，包含员工和承包商在内的损失工时事故数下降了92%。我们还倡导健康消费文化，并通过品牌代言人参与等形式广泛传播“零非理性饮酒”理念。

公司治理方面，我们坚持高标准的合规管理和透明运营，优化企业内部治理结构，确保稳健和可持续发展。2024年，我们再次获得上交所“年度信息披露工作A级评价”，并连续两年入选中国上市公司协会“年报业绩说明会优秀实践”。

这一年，我们在ESG领域的努力也获得广泛认可。自2020年加入MSCI评级以来，重庆啤酒连续四年实现评级提升，从2023年的“A”跃升至2024年的“AA”，正式步入“领先者”序列，成为A股食品饮料上市公司中仅有的两个最高评级企业之一。此外，我们还入选中国酒业协会“2024中国酒业ESG示范企业”、中国上市公司协会“ESG最佳实践案例”、财富中国“2024 ESG影响力榜”等多项榜单。这些荣誉不仅是对我们过去努力的肯定，更是对未来的激励，推动我们在可持续发展道路上不断前行。

您看到的这份报告，也是我们首次依据《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《中国酒类企业ESG披露指南》编写的ESG报告。我们希望借此进一步提升ESG信息披露的规范性和透明度，为利益相关方提供更加全面、清晰的企业可持续发展信息，同时推动行业ESG披露水平的提升。

未来，我们将继续以“嘉速扬帆”战略为指引，践行增长文化，持续优化行动路径，与员工、合作伙伴和社会各界携手共进。感谢您对重庆啤酒的关注与支持，让我们一起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27个酒厂组成的生产供应网络和覆盖中国各省区市的销售网络，拥有“本地品牌+国际品牌”的强大品牌组合。国际品牌包括嘉士伯、乐堡、1664、格林堡、布鲁克林、夏日纷等，本地品牌包括乌苏、重庆、山城、西夏、大理、风花雪月、天目湖、京A等，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，是近年来增长最快的中国啤酒公司之一。2024年，公司完成啤酒销量297.49万千升，营业总收入146.45亿元，归母扣非净利润12.22亿元。

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。

公司荣誉



上海证券交易所
2023-2024 年度信息披露
工作评价结果 A 级评价



中国上市公司协会
年度上市公司董事会优秀实践
案例



中国上市公司协会
年度上市公司文化建设优秀案例



中国上市公司协会
年度年报业绩说明会
最佳实践



胡润中国
食品行业百强榜



证券时报
主板上市公司价值 100 强



证券时报
第 15 届中国上市公司投资者关系
管理股东回报天马奖



机构投资者
亚洲最受尊崇企业



亚洲企业管治杂志
第 14 届亚洲卓越企业评选 5 项大奖



中国证券报
年度金牛最具投资价值奖
、金信披奖



重庆市企业联合会、重庆市工业经济联合会
重庆企业百强
重庆制造业企业百强



云南省工商联
云南非企业 100 强
云南非制造业 20 强
云南企业 100 强



宁夏回族自治区工商联
宁夏民营企业百强
宁夏制造业民营企业百强



广州外商投资企业协会
聚量引擎奖 广州杰出外资企业

ESG 荣誉



MSCI ESG
评级提升至 AA

工信部
国家级水效领跑者



水效领跑者

中国酒业协会
ESG 示范企业榜单



中国上市公司协会
年度上市公司可持续发展
最佳实践案例



重庆日报
2024 十大重庆社会责任影响力年度企业



财富中国
2024 年 ESG 影响力榜



南方周末
年度 ESG 竞争力企业



南方都市报
年度 ESG 创新先锋企业



广州日报
ESG 可持续发展卓越榜样



人民网
人民社会责任案例



财经网
年度可持续发展标杆



中国证券报
ESG 金牛奖百强



大理酒厂荣获
年度云南省省级节水标杆企业



库尔勒酒厂与乌苏酒厂荣获
新疆维吾尔自治区级绿色工厂



澧县酒厂荣获
年度湖南省绿色工厂



雇主品牌、文化与人才发展荣誉

2024 中国 100 典范雇主
及人才吸引和保留典范奖



2024 雇主品牌创意大赛
最佳 DEI 项目奖 最佳
校园项目奖



2024 超级雇主



2024 中国年度最佳雇主



2024 DEI 雇主大奖
及中国区 100 强企业
排名第 4



2024 年度最爱雇主



最受大学生欢迎雇主



广东年度非凡雇主



中国大学生最喜爱
的雇主品牌



产品、品牌与营销荣誉

- “青酌奖”酒类新品评选三大奖项
- 2024 中国国际啤酒挑战赛 15 款产品获奖，连续四年成获奖最多公司
- 2024 世界啤酒大赛荣获 6 金、5 银、3 铜，其中三款产品获评“中国最佳”
- 2024 世界西打酒大赛
夏日纷荣获 1 金 1 银 2 铜
- 乌苏品牌获评“新疆老字号”称号
- 风花雪月获尼尔森 IQ BASES 突破性创新奖
- 京 A 品牌及产品荣获：2024 年 AIBA 澳洲啤酒大赛 2 金 1 银 4 铜、2024 年 ABC 亚洲啤酒锦标赛银牌、日本国际啤酒杯金牌
- 嘉士伯蛇年新春装荣获 2025 年 iF 设计奖
- 乐堡啤酒说唱音乐项目荣获 IAI 国际广告优秀奖
- “乐堡愚人节牛啤吹上天”项目荣获中国国际广告节·2024 年度内容营销金案
- “乐堡啤酒 2024CNY 吉时行乐一条龙”项目荣获金紫荆国际广告创意奖
- “乐堡啤酒 2024 说唱音乐计划”项目荣获金瞳奖铜奖
- 金鼠标 IP 营销铜奖
- “乌苏啤酒 X 周大福跨界营销”荣获 TMA 整合营销类金奖
- 抖音电商 618 突出贡献奖
- 京东超市年度“最佳营销合作伙伴”
- IAI 电商营销铜奖
- TOP DIGITAL 节日营销年度专项奖
- 2024 年度美团闪购创新突破奖
- 2024 年度美团闪电仓品牌锐意增长奖
- 2024 年度饿了么品牌战略合作伙伴奖
- 2024 年度饿了么官旗荣耀共赢奖
- 2024 年度饿了么夏季整合营销创新大奖
- 京 A Taproom 入选：2024 年抖音心动餐厅、2024 that's FOOD & DRINK Awards 主编年度精选汉堡、2024 TimeOut Bar Awards 年度精酿酒吧、2024 橄榄中国 百佳精酿啤酒吧、2024 北京精酿啤酒节全国精酿品牌热度榜第一厂牌
- 乌苏烧烤·成都宵夜城荣获福布斯中国“2025 大消费年度创新品牌”
- 乌苏烧烤·成都宵夜城荣获 2024 中国餐饮创新头部品牌榜 TOP10
- 乌苏烧烤·成都宵夜城荣获 2024 年度新消费案例

ESG 计划

2022年，集团发布“扬帆27”战略，并推出升级版“共同迈向并超越零目标”（TTZAB）ESG计划，积极应对气候变化、水资源短缺、不平等全球挑战，推动企业可持续发展。

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”六大目标，制定了行动路线图，并设定了2030年和2040年的可衡量指标，包括实现价值链净零排放、包装回收循环利用、高风险地区酒厂100%水回馈、零损失工时事故等。其中，气候目标与《巴黎协定》所提出的全球平均气温较工业化前水平上升幅度1.5°C的目标一致。同时，我们也进一步强化负

责任采购，多元、平等和包容，以人为本，根据指南行事、社区参与五大重点领域的战略布局。

2024年，公司进入扬帆27战略中“嘉速扬帆”的新阶段，持续推进TTZAB计划的实施，通过一系列行动在重点领域取得实质性进展，并承诺跟踪和适时更新目标。公

司与供应商、客户、消费者和社区等利益相关方紧密协作，在全业务和价值链中践行可持续发展承诺，致力于实现“酿造更美好的现在和未来”的企业宗旨。



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

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行政策、合作伙伴关系和其他计划，以实现为员工、运营、价值链和社会的正面影响

根据指南行事

制定更多可量化的短期目标，2027 年，女性在中层及以上管理岗位占比达到三分之一

以人为本

负责任采购

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

社区参与

ESG 亮点



零碳足迹

-76.7%

2015-2024 每百升碳排放减少 76.7%，相当于 11.9 万辆小轿车停开一年

82%

2024 年叉车电气化比例提升 3%，至 82%，绿色物流项目启动

绿色酿造标杆

佛山酒厂配备光伏发电、沼气锅炉、空调储能等，并取得三星绿色建筑认证，实现全面绿色酿造



零农业足迹

100%

100% 回收利用 167 万吨废酵母液和 30.7 万吨废酒糟，再利用于农业、畜牧业，助推循环经济发展

100%

主要辅料实现 100% 本地采购，另有 50% 的啤酒花以及 30% 的麦芽产品实现本地化采购



零包装浪费

90%

回瓶率进一步提升，比 2022 年提升 3.6%。重庆区域回瓶率超 90%

-500 万

原料运输无袋化，减少塑料编织袋约 500 万个，减少碳排放约 1,500 吨

-31,346 吨

碎玻璃年度回收再利用量达 31,346 吨，相当于 1.25 亿个 330ml 啤酒瓶，减少碳排放超过 2.5 万吨



零水浪费

-45.7%

2024 年平均水耗 2.09hl/hl，比 2015 年下降 45.7%

海绵酒厂

佛山酒厂建成投产，成为嘉士伯全球首个海绵酒厂

水回馈

重庆、江苏和云南 3 地水回馈项目建设完成 80%，已补水 36.5 万 m³，相当 170 个游泳池



零非理性饮酒

100%

酒精产品包装上添加了 3 种理性饮酒警示标识

620 万+

11 位品牌代言人传播理性饮酒，触达消费者超过 620 万

跨界合作

与美团创新合作，利用美团外卖柜做媒介传递理性饮酒理念，触达更多消费者



零事故文化

连续 14 年

公司连续 14 年举办全员安全日活动，不断提升员工的能力及安全意识。

超过 10 年

5 家酒厂超过 10 年没有损失工亡事故数

-92%

与 2018 年相比，包含员工与承包商在内的所有损失工亡事故数下降 92%。

多元、平等与包容

30%

女性管理者占比稳步提升

产品与服务

100%

酒厂通过 2024 年度质量 COM 符合性审核

负责任采购

100%

主要材料供应商通过 ISO 9001 环境管理体系认证

社区参与

13.8 万

捐赠 13.8 万元江西省全南县“母亲健康快车”，支持妇女儿童健康事业

公司治理

A 级评价

2023-2024 年度信息披露工作 A 级评价

根据指南行事

4,100+

4,100 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

ESG 治理

ESG 管治架构

公司将ESG治理贯彻落实于日常运营中，建立由总裁、TTZAB目标牵头人及ESG执行负责人为核心的三级ESG管理体系，共同负责公司ESG战略规划、统筹协调以及工作落实。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。年度ESG报告在报董事会审议后发布。



利益相关方沟通

公司高度重视与利益相关方的有效沟通，搭建多元化且稳定的沟通机制，与各利益相关方保持顺畅高效、紧密的沟通与互动，及时识别并积极采取行动回应内外部相关方的期望与诉求，不断提升企业信息披露透明度，进一步增强各利益相关方的信任与支持。

| 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"> • 问卷调查 • 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 TIZAB 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 |

双重重要性评估

公司高度重视可持续发展议题的识别、评估与管理。2024 年，我们基于往年重大性议题矩阵，结合 ESG 管治最新趋势、公司业务布局和发展动态、资本市场主流 ESG 评级标准和同行最佳实践，对年度重大性议题矩阵进行全面审阅与优化。

影响重要性评估

我们通过议题识别、利益相关方调研、议题分析等步骤，构建重大性议题矩阵，并在报告中重点披露，更有针对性地回应各方关注重点，并完整、准确地披露 ESG 工作的进展情况。

财务重要性评估

我们依据嘉士伯集团开展的财务重要性评估结果对“气候变化”、“资源利用与循环经济”、“消费者和终端用户”三大议题进行重点管理，管理内容详见“零碳足迹”“零包装浪费”“零水浪费”“零非理性饮酒”小节。

2024 年 ESG 重大议题矩阵

高度重要议题

- 产品质量与创新
- 水资源管理
- 商业道德
- 公司治理
- 员工健康安全
- 可持续包装 / 循环经济
- 应对气候变化

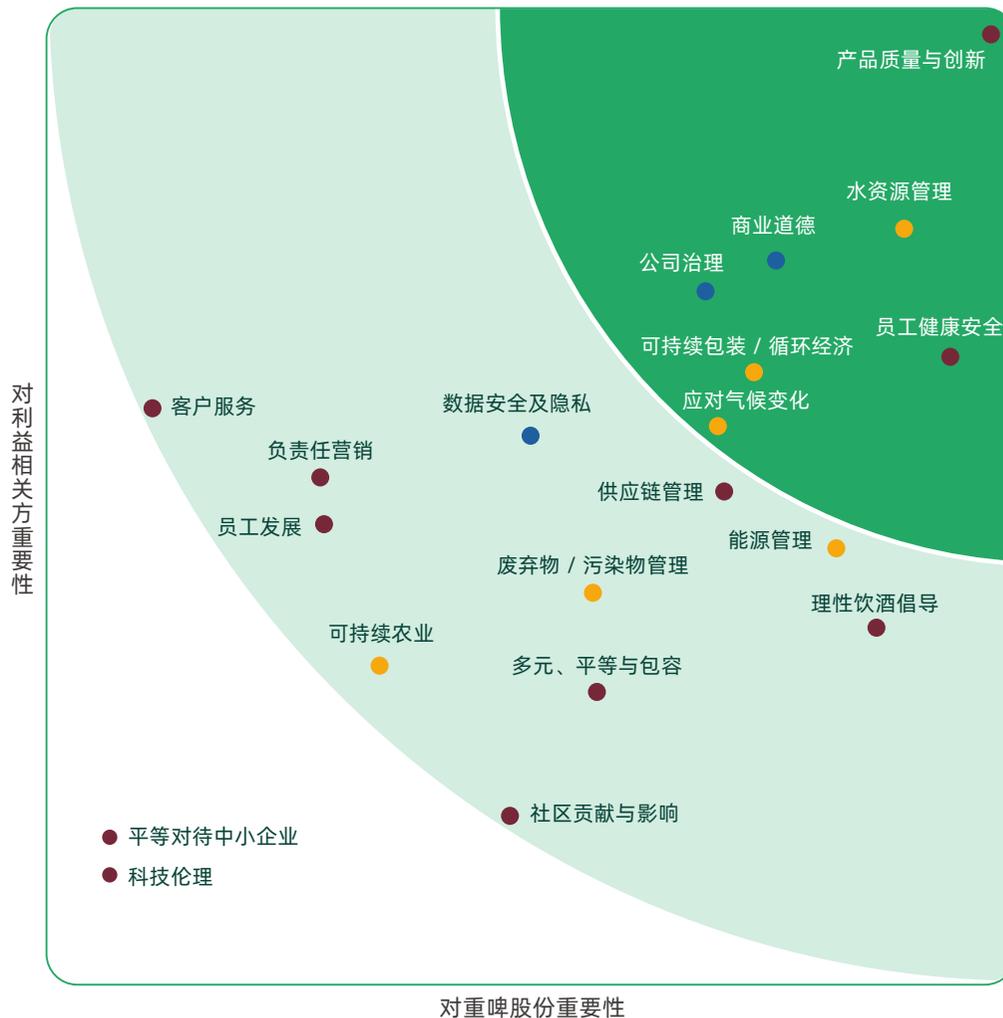
中度重要议题

- 数据安全及隐私
- 供应链管理
- 能源管理
- 废弃物 / 污染物管理
- 员工发展
- 负责任营销
- 可持续农业
- 理性饮酒倡导
- 多元、平等与包容
- 客户服务
- 社区贡献与影响

低度重要议题

- 平等对待中小企业
- 科技伦理

- 环境议题
- 社会议题
- 公司治理议题





六个零目标

TTZAB 计划是我们应对全球性挑战的行动方案，涵盖不平等、气候变化、缺水以及社会健康和福祉等问题。该计划基于“酿造更美好的现在和未来”的企业宗旨，深度融入企业战略，并围绕原材料、包装、生产、物流、销售、市场推广和产品消费等环节，致力于实现包括零碳足迹、零农业足迹、零包装浪费、零水浪费、零非理性饮酒和零事故文化在内的六个行业领先“零目标”。此外，我们通过全面管理公司活动对环境和社会的影响，与供应商、客户、消费者和社区携手合作，采取有益社会的行动，积极推动实现 2030 年和 2040 年的里程碑目标。

| | |
|--|----|
|  零碳足迹 | 17 |
|  零农业足迹 | 25 |
|  零包装浪费 | 28 |
|  零水浪费 | 31 |
|  零非理性饮酒 | 35 |
|  零事故文化 | 39 |

零碳足迹

在全球气候变暖加剧、中国政府提出“双碳”目标的背景下，啤酒企业面临着节能减排和应对气候变化的双重压力。公司作为啤酒行业的领军者，致力于在全价值链减碳方面投入更多资源，推动行业的可持续发展转型。我们积极践行“零碳足迹”目标，通过在原材料种植、生产、包装、物流运输、配送以及冷却储存等全价值链环节采取减碳措施，全力实现2040年全价值链净零排放的总体目标。

我们的策略

在总裁领导下，供应链副总裁负责应对气候变化相关议题，指导和落实日常实践，并针对包括节能减排、减少产品碳足迹等议题进行定期汇报，及时审核、检讨以改进。

我们的行动

我们开展全价值链碳足迹评估，涵盖种植、生产、包装、物流、冷却储存等环节，并针对各环节制定并实施减碳行动。同时，我们管理气候变化风险，开展应对气候变化的转型计划及应对措施，增强企业的气候韧性。

减少产品碳足迹

公司高度重视产品全价值链的碳排放情况，在集团指导下开展产品碳足迹评估¹，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。

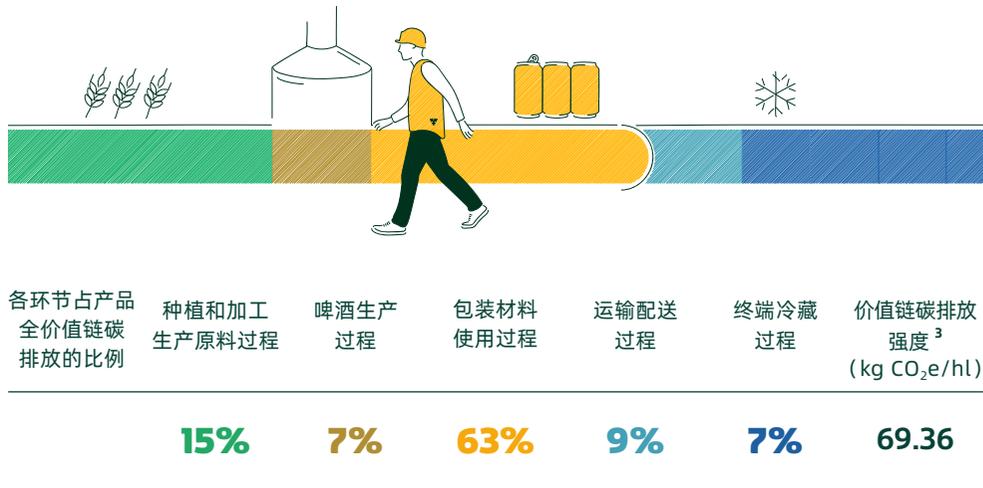
种植和加工生产原料环节

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15%。我们积极响应“零农业足迹”的目标，努力

影响价值链上游的供应商，携手其共同采取行动，推动可持续农业和可持续原材料采购，力求将业务生产对生态环境产生的

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。

2024 年全价值链的碳排放情况²



¹ 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，开展产品碳足迹评估。
² 2024 年，根据嘉士伯集团全价值链最新计算方法补充数据分类，进一步收集、更新数据结果。
³ 2024 年扩大了范畴 3 碳排放数据的收集口径及类别，对全价值链碳排放强度进行了重新梳理、收集及计算，因此 2024 年数据结果与先前披露 2015、2022 年数据不具有可比性。



佛山三水生产基地， 全球绿色智能酿造标杆

2024年8月28日，广东佛山三水生产基地正式投产。该基地是嘉士伯全球旗舰酒厂之一，也是全球绿色智能酿造标杆。

佛山酒厂在建造过程中采用国家最高的绿色建筑评价标准“三星绿色建筑标准”，使用循环建筑材料和保温隔热材料，并通过BMS建筑管理系统对温度、湿度和压力进行实时监测。酒厂屋顶部署6兆瓦太阳能电池板，可提供总电力需求的30%，同时设计自然光照明管道，最大程度减少用电。酒厂还配备了沼气锅炉、蒸汽冷凝水回收与再利用、雨水收集与再利用系统、空调储能系统等齐全的绿色设备和系统，全面实现绿色酿造。



啤酒生产环节

啤酒生产环节产生的温室气体排放占全价值链碳排放的7%。我们在所有酒厂优化能源管理，持续改进生产工艺，更新生产设备，推广使用可再生能源，提高能源利用效率，有效减少碳排放，践行绿色酿造理念。我们的能源管理目标是2030年实现100%绿色电力使用，并在所有酒厂实现碳中和。

我们优化车间、设备及人员管理方式，持续监控节能降耗水平。新疆乌苏酒厂创新制定“红黄牌”积分制，为生产车间的巡查工人配备红色、黄色两个标识牌，红色代表安全隐患，黄色代表异常情况。工作中一旦发现“跑冒滴漏”等问题，巡查工人将会把标识牌挂在相应的地方，检修人员便可及时进行处理。发现问题的员工亦将获得相应的奖励。同时，我们提升各地酒厂的自动化和智能化水平，乌苏啤酒库尔勒酒厂的拉罐生产线每小时可高效产出2.4万罐拉罐啤酒，仅需5名操作工便能确保全线顺畅运行，实现生产效能与绿色理念的融合。2024年，库尔勒酒厂与乌苏酒厂荣获“自治区级绿色工厂”称号，天目湖酒厂荣获“江苏省绿色工厂”称号并已获得ISO 50001能源管理体系认证。

传统啤酒厂蒸汽消耗大户是酿造车间，其中麦汁煮沸环节消耗的蒸汽量占啤酒厂蒸汽总消耗量的35%-40%。酿造车间采用低压

动态煮沸工艺，显著降低了蒸汽的消耗。同时，生产线配套二次蒸汽回收装置，回收大部分二次蒸汽热能，并将热能用于下次投料麦汁的预热。我们已在多个酒厂开展沼气及蒸汽等热能综合利用项目，包括大理酒厂、天岛酒厂、新疆库尔勒酒厂、大竹林酒厂及

佛山酒厂等。2024年，西昌酒厂新增热能回收系统，进一步推进煮沸锅蒸汽的回收利用项目。2024年，我们已实现酿造每百升啤酒的热能消耗较2023年从16.095 kWh下降至15.274 kWh；酿造每百升啤酒的碳排放较2015年降低了4.5%，有效降低碳排放。

2024年我们在多个酒厂的热能回收利用项目中取得积极成效

| 酒厂名称 | 重要措施及进展 |
|-------|---|
| 西昌酒厂 | <ul style="list-style-type: none"> 新增热能回收系统：通过工艺改进，将常压煮沸转为低压动态煮沸，实现二次蒸汽热能回收及预热，预计热能消耗降低为2.08 kWh/hl 开展电锅炉项目：已完成电锅炉工程研究、初步设计以及前期准备，计划新建电锅炉及配套锅炉房，该项目预计在2025年完成 |
| 勃克酒厂 | <ul style="list-style-type: none"> 开展热能下降FI项目：选择更加节能的锅炉设备，通过减少锅炉启停次数、控制烟气温度、管道保温、提高冷凝水回流率等方式，开展热能回收与再利用，并校准计量设备以优化设备管理，实现热耗显著下降 |
| 天目湖酒厂 | <ul style="list-style-type: none"> 开展热能综合利用项目：通过冷却系统改造、冷凝水回收罐改造、热能输送设计改造，收集麦汁冷却时的热能、麦汁煮沸过程的二次蒸汽热能及生产过程中的高温冷凝水用于麦汁预热、包装杀菌机升温等处，有效降低热能消耗和制冷电耗。全年包装热能消耗6.45 kWh/hl，较2023年同期下降0.8 kWh/hl，节约蒸汽约2,088吨 |

我们继续加大投入可再生能源使用，优化能源结构，安装光伏设备。目前我们已实现100%绿电使用，2024年共计使用绿电169,004.17 MWh，避免碳排放量90,687.64吨，相当于植树394万棵，或3.33万辆小汽车停开一年。

实现

100%

绿电使用



2024年共计使用绿电

169,004.174

MWh



避免碳排放量

90,687.64 吨

相当于植树 394 万棵，或 3.33 万辆小汽车停开一年



2024 年能源消耗相关数据

| 指标 | 单位 | 2024 年 |
|------------------|-----------|------------|
| 摄于天然气的能量 | MWh | 373,077.18 |
| 污水处理厂产生的沼气的能量 | MWh | 977.80 |
| 区域供热（来自标准供热系统）热量 | MWh | 75,208.69 |
| 总电耗 | MWh | 169,004.17 |
| 总热能消耗 | MWh | 449,263.67 |
| 可再生电力百分比 | % | 100 |
| 直接能源消耗量 | MWh | 376,639.63 |
| 间接能源消耗量 | MWh | 241,628.21 |
| 综合能耗消耗量 | MWh | 618,267.84 |
| 综合能耗消耗强度 | MWh/ 万元营收 | 0.42 |

④ 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。

包装材料使用环节

包装材料使用环节的碳排放大约占啤酒产品碳足迹的63%，是全价值链的第一大碳排放源。为减少包装材料使用环节的碳排放，我们积极响应“零包装浪费”目标，并与供应商合作开展包装材料使用环节的减碳行动，具体详见本报告“零包装浪费”章节。

物流运输环节

在生产啤酒的过程中，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9%。为减少运输环节的碳排放，公司持续推广物流车队电气化，并使用更环保的锂离子电池取代传统铅酸电池，2024年电叉车的比例从79%上升至82%。此外，我们开展培训加强供应商节能意识，积极推动物流供应商改善物流运输的节能表现。

冷却储存环节

在生产啤酒的过程中，啤酒冷却储存环节的碳排放大约占啤酒产品碳足迹的7%，是全价值链的第三大碳排放源。我们积极落实集团提出的理念，即“所有新购冰箱必须配备LED照明和环保制冷剂”。自2021年起，我们启动了节能冰柜项目，采购使用环保制冷剂的新冰箱。通过采用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，我们每年将终端能耗降

低10%⁴，有效减少制冷剂所产生的温室气体排放。此外，我们关注各品牌型号冰柜的能耗水平，优先采购更高效的冰柜型号，从而降低单位产品的能源消耗。同时，我们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，降低碳排放水平。2024年，我们共采购约11,853台节能冰柜。

开展节能冰柜项目，2024 年共采购约

11,853

台节能冰柜

使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜，
每年终端能耗下降

10%



运营环节

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。2024年，公司的新能源客车共11辆，有效减少碳排放量约604吨。

同时，我们营造全员参与低碳运营的氛围，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方面的建议，对于获奖者给予奖金与表彰奖励。公司旗下乌苏啤酒创新建立了月度绩效奖励机制，鼓励全体员工积极参与

环保创新，征集各类环保金点子并予以实施，有效降低了公司能源消耗的同时，提升内部员工节能减排意识。2024年6月5日，在第53个世界环境日乌苏啤酒还举办了“为爱奔跑·全

员减碳”活动，鼓励全体员工积极参与减碳行动，倡导简约适度、绿色低碳的生活方式。

2024年温室气体排放情况⁵

| 指标 | 单位 | 2024年 |
|---------------------------|--------------|------------|
| 使用天然气排放的二氧化碳 | 吨二氧化碳 | 75,622.75 |
| 使用污水处理厂产生的沼气所排放的二氧化碳 | 吨二氧化碳 | 0.22 |
| 区域供热排放的二氧化碳 (来自标准供热系统) | 吨二氧化碳 | 22,111.35 |
| 所用热能产生的二氧化碳排放量 | 吨二氧化碳 | 97,734.31 |
| 酒厂总二氧化碳排放量 | 吨二氧化碳 | 101,171.13 |
| 制冷剂的二氧化碳排放量 | 吨二氧化碳 | 3,436.82 |
| 温室气体排放量(范围1) ⁶ | 吨二氧化碳 | 79,059.78 |
| 温室气体排放量(范围2) ⁷ | 吨二氧化碳 | 22,111.35 |
| 温室气体排放总量(范围1+2) | 吨二氧化碳 | 101,171.13 |
| 温室气体排放(范围1+2)强度 | 吨二氧化碳 / 万元营收 | 0.07 |

⁵ 我们采取“运营控制法”对温室气体排放数据进行统计及换算。

⁶ 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。

⁷ 范围2包括间接燃料排放的二氧化碳。

案例 绿色物流项目正式启动

2024年，公司正式启动绿色物流运输项目，首批投入13辆新能源电动车，减碳421吨，标志着绿色低碳运输体系建设迈出重要一步。预计2025年将新增12辆新能源电动车。

新能源电动车凭借零排放、低噪音、高效能的特点，不仅有效减少空气污染和温室气体排放，还为社区和员工营造安静舒适的环境。同时，其高效动力和低运营成本显著提升了物流效率和经济效益。



云南景洪销区新能源电车运输试点

应对气候变化

公司深刻认识到气候变化的严峻性及应对气候变化的紧迫性，积极展开气候变化风险识别与分析工作，从治理、策略、风险管理、指标和目标等四大维度构建气候管理体系，识别气候相关风险，主动制定应对措施，降低气候变化对公司业务的潜在影响，增强气候韧性。

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。由供应链副总裁授权 ESG 执行负责人，负责落实日常 ESG 实践，并针对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，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，结合自身所处行业和经营业务的特点，系统梳理并识别了行业及公司运营中的实体风险和转型风险，形成了气候变化风险清单，其中包括2项实体风险和4项转型风险，并评估这些风险及机遇在短期、中期和长期内对于公司的战略、商业模式等影响。针对不同类别的风险，我们提出了相应的转型

计划及应对措施，配套相关资源，包括资金、人力和技术支持，保障计划的推进与监督，并追踪年度进展，以不断增强企业气候韧性。

指标和目标

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：我们的目标及进展”“零农业足迹：我们的目标及进展”“零包装浪费：我们的目标及进展”“零水浪费：我们的目标及进展”章节。



气候变化风险识别及应对

| | 风险类型 | 风险描述及影响 | 应对措施 |
|------|------|---|--|
| 实体风险 | 急性风险 | 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。 | <p>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；</p> <p>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。</p> |
| | 慢性风险 | 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，可能导致公司营业收入减少。 | <p>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，严格把控高水风险地区水资源短缺等相关风险；</p> <p>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。</p> |
| 转型风险 | 政策风险 | 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、政策规定披露相应环境信息，将面临合规风险。 | <p>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；</p> <p>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。</p> |
| | 技术风险 | 支持向低碳、高效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。 | <p>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；</p> <p>提高效率 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。</p> |
| | 市场风险 | 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，可能导致公司营业收入减少。 | <p>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排放强度，并为客户提供碳足迹较低的产品和包装；</p> <p>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。</p> |
| | 声誉风险 | 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。 | <p>合理披露 确保成本信息披露的合法、合规性；</p> <p>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；</p> <p>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。</p> |

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2024年，公司持续通过实施节能技改项目、热能回收系统、沼气利用等措施，逐步推进零碳足迹目标，计划到2040年实现全价值链净零排放。

| 2024 年进展 | 状态 | 2025 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，有效降低碳排放 | 完成 | 启动零碳排放酒厂的试点，综合运用储能，电锅炉，热泵、生物质锅炉等技术，推进零碳排放进程 | 所有酒厂实现零碳排放 | |
| 电叉车比例提升至 82%，启动绿色物流运输项目 | 完成 | 持续推广物流车队电气化 | 全价值链碳排放减少 30% 所有可再生能源需求来自新资产（如，通过电力直购协议） | 全价值链净零排放 |
| 2024 年共采购约 11,853 台节能冰柜，降低 10% 终端能耗 | 完成 | 增加环境友好制冷剂的新冰箱的采购数量 | | |

零农业足迹

啤酒的生产主要依赖于麦芽、水、啤酒花等原料，这些原料的获取与自然环境和农业发展密切相关。我们通过探索并推广可持续农业计划，开展可持续森林及生物多样性保护，推进可持续原材料的利用与管理等有效行动，积极践行“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。

我们的策略

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，加强可持续原材料管理，降低毁林风险。同时，我们遵循集团的《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，并审核供应商原材料可追溯情况，保障原材料的可追溯性。报告期内，我们可溯源主要材料的比例达100%。

此外，我们遵循集团《环境政策》⁸，积极践行生物多样性保护，力求降低运营对生态环境造成的影响。

我们的行动

公司通过推广再生农业计划、废弃物循环利用、生物多样性保护项目以及可持续原材料采购管理等行动，致力于减少农业碳足迹，保护生态环境，推动资源高效利用和本地经济发展。

可持续农业推广

公司与原材料供应商、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，积极投入可持续农业领域，保护和改善农村生计及社会公平。在保证产品质量及生产安全的前提下，公司优先选用绿色原料、工艺、技术和设备，建立起产品设计、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，减少原材料浸损，持续提高原材料产出率，实现资源利用高效化、环境影响最小化。

公司通过回收啤酒厂副产品，将其用于土壤改良和畜牧业，提升资源利用率。“湿酒糟”和“废酵母液”等副产品经过处理后再利用，减少了农业和畜牧业对饲料和肥料的需求，从而间接降低农业生产过程中温室气体排放，减少了农业系统的碳足迹。2024年，公司回收利用废湿酒糟共30.7万吨，废酵母液167万吨。

生物多样性保护

公司希望在持续实施ESG计划的基础上，与各利益相关方合作开展公益环保项目，保护生态环境及生物多样性。2024年6月，公司与WWF（世界自然基金会）正式启动长江流域水回馈项目，在中国重庆、云南和江苏三地修复湿地、净化水源，助力长江保护和发展。本次湿地项目中，云南昆明项目选址在昆明寻甸县，改善当地湿地景观，为超过80只的黑颈鹤种群（国家一级保护动物，《世界自然保护联盟濒危物种红色名录》(IUCN)近危）提供了更好的栖息地条件。其他支持的湿地，也在治理农业面源污染，提升周边居民幸福指数方面发挥着作用。预计到2025年，该项目将完成并持续发挥作用，为长江流域的生态保护和生

物多样性保护做出重要贡献。湿地保护具体内容详见“零水浪费”章节。

2024年，公司生产运营未对生态系统和生物多样性造成重大影响。

2024年，公司
100%
回收利用废湿酒糟、废酵母液



⁸ <https://carlsbergchina.com.cn/media/4gnhogmi/environmental-policy.pdf>

零农业 足迹

乌苏啤酒 循环变宝

乌苏啤酒坚持“企业+工厂+农户”发展模式，将5家啤酒厂的副产品废酒糟提供给当地6万头奶牛养殖户作为饲料，回收湿酵母烘干制成干酵母，用于鱼饲料，宠物饲料生产，给饲养户带来了可观的经济效益，再利用附加值超千万元，为调整农业产业结构，实现“三高一优”现代农业高质量发展起到了龙头带动和示范引领作用。



乌苏酒厂酿造车间

可持续原材料采购管理

我们加强原材料的可持续及本地化采购，优先选择靠近酒厂的原材料供应商（包括大麦、大米等），与供应商签订长期合同鼓励本地种植，积极推动本土化的啤酒花种植产业，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，帮扶本地经济。目前，我们的主要辅料实现100%本地采购，另有50%的啤酒花以及30%的麦芽产品实现本地化采购；玻璃瓶、纸箱、纸盒、收缩膜及易拉罐等包材亦实现100%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，我们要求所有的纸箱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。目前，我们主要纸箱供应商均通过ISO 14001环境管理体系认证，多个供应商已获得FSC认证。

实现本土化采购

100% 主要辅料
50% 啤酒花
30% 麦芽产品



我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2024年，公司通过持续开展生物多样性保护项目、提升国产原料采购比例等措施，逐步推进零农业足迹，计划到2040年达成100%的原材料从再生农业和可持续资源中采购。

| 2024 年进展 | 状态 | 2025 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，修复和新增湿地面积超过 23,000 平方米，为超过 80 只的黑颈鹤种群提供了更好的栖息地条件 | 完成 | 持续开展生物多样性保护项目 | 30% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购 | 100% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购 |
| 100% 主要辅料、50% 的啤酒花，以及 30% 的麦芽产品实现本地化采购 | 完成 | 持续提升国产原料采购比例，减少远程运输产生的碳排放 | | |

零包装浪费

在全球资源短缺和环境保护意识日益增强的背景下，企业面临着减少包装浪费、推动可持续发展的迫切需求。因此，我们设立“零包装浪费”目标，郑重承诺到2030年实现包装材料100%可回收、可再利用、可再生；啤酒瓶和易拉罐的收集与回收率达到90%；原生化石基塑料的使用量减少50%；啤酒瓶和易拉罐中再生成分的使用比例达到50%。我们积极落实可持续包装实践，通过可持续包装设计、包装材料的循环利用等行动，推动减少包装浪费和环境污染。

我们的策略

公司致力于推动创新合作，积极践行可持续包装理念，助力包材实现绿色环保与轻量化发展。我们严格遵循集团《环境政策》，携手合作伙伴全力减少包装材料的使用量，推动包装材料的循环再利用；规定所有新包装类型在推向市场前，必须完成生命周期评估（LCA）或同等环境评估，降低包装对环境的潜在影响。同时，我们坚持通过绿色设计、包装轻量化、回收利用等策略，践行“零包装浪费”目标。

我们的行动

公司通过推行绿色包装设计、包装轻量化和包装循环回收等措施，提高产品罐化率，优化包装材料，减少资源浪费和环境污染，同时提升回瓶率和包装物回收效率，促进可持续发展。

绿色包装设计

我们积极推行产品包装的绿色设计理念，在塑料箱、玻璃瓶、托盘、桶啤、隔板、顶框、易拉罐、铝瓶及拉环盖等包装中采用可重复利用或可降解的包装材料。在啤酒产品的包装上，我们主要选用铝制二片罐，这种包装体积小巧、重量轻便，且回收利用率高，其生产过程中的能耗相较于传统的玻璃瓶包装大幅降低。因此，我们不断提高产品的罐化率，逐步增加罐装产品的市场占比。相较于2023年，2024年我们的产品罐化率增长15%，有效减少包材消耗。

针对农产品原料外包装，我们采用可回收材料制成的吨包装袋，以提高运输效率，减

少包材废弃带来的环境污染。对于麦芽及玉米淀粉等原料，我们通过散装运输替代一次性塑料编织袋。2024年，共计节省塑料编织袋约500万个，直接减少塑料包装使用量约500吨，相当于减少碳排放约1,500吨。

我们优化易拉罐包装的罐盖拉环的色彩组合，并将大部分易拉罐罐盖改为拉环与罐身一体的环保盖，加强易拉罐的可回收性。同时，我们的嘉士伯特醇系列产品采用摇篮到摇篮（Cradle to Cradle）环保油墨标签，此标签的特点包括使用环保

安全、可循环利用的生产原料和可再生能源，对水资源进行可靠管理，并在生产过程中符合社会公平原则。2024年，该环保油墨标签使用量约4.4亿张。

包装轻量化

我们优先采购轻量化和再生材料的玻璃瓶和不含PVC材料的标签，针对多种类型的包装开展轻量化工作，有效减少资源浪费。2024年，我们重点对于缠绕膜、收缩膜、玻璃瓶、瓦楞纸箱等开展包装轻量化专项行动并取得积极进展。

缠绕膜减薄：

实现缠绕膜减薄5微米，已覆盖19家酒厂；2024年进一步扩大酒厂覆盖范围，除2家酒厂外，其余酒厂均已经完成测试并成功切换，预计节约200吨塑料膜/年。

收缩膜减薄：

实现收缩膜减薄10微米，2024年大理酒厂已经完成应用测试，预计节约50吨塑料膜/年。

330ml的1664玻璃瓶减重：

玻璃瓶减重20g，2024年减少了约880吨玻璃的使用量。

瓦楞纸箱减重：

实现减重30g，部分酒厂投入使用，实现节约用纸约3,800吨；2024年共9家酒厂完成测试，预计年度额外减少用纸量超过1,400吨。

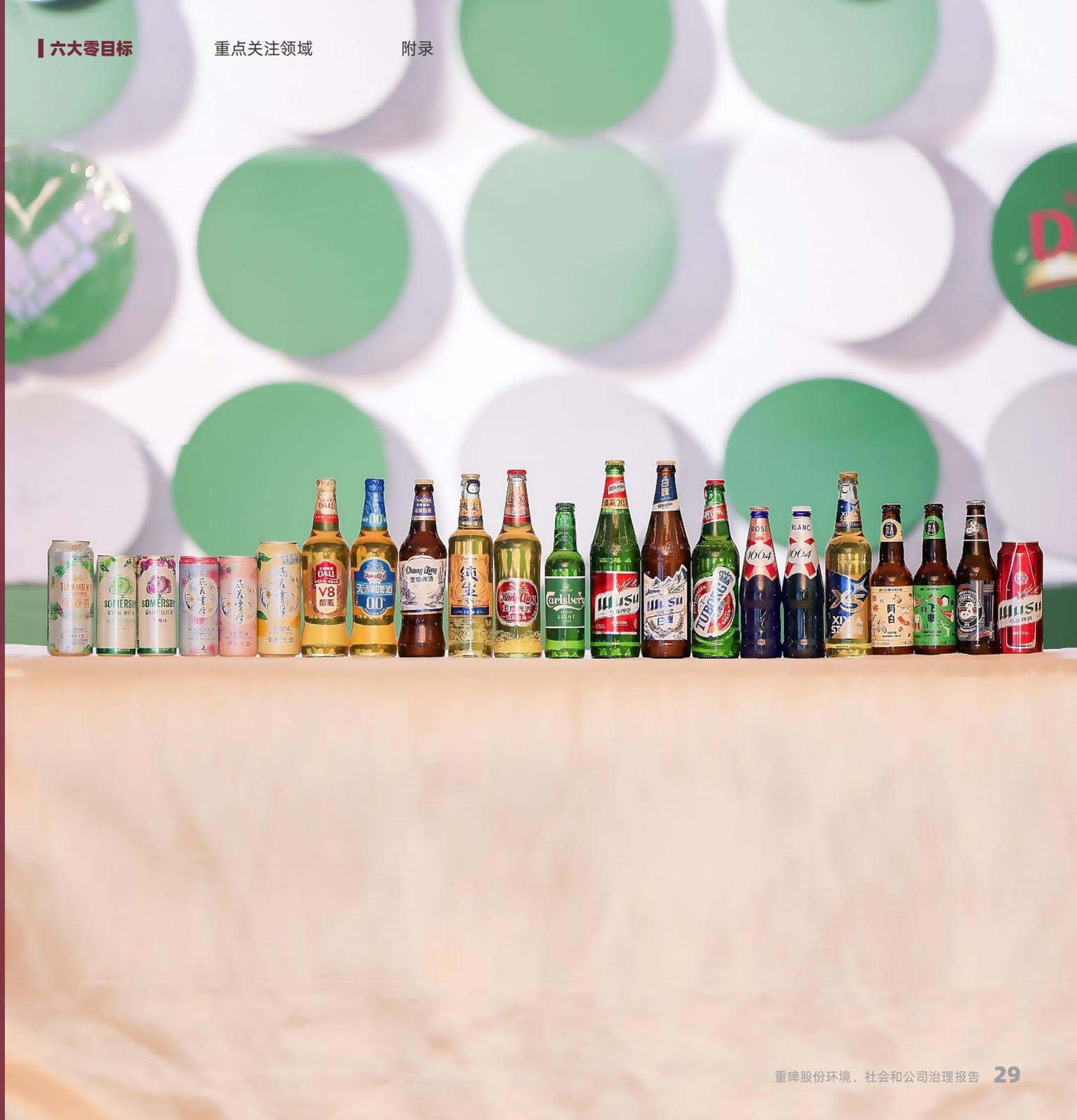


零包装 浪费

碎玻璃回炉再造

我们一直致力于包装环节产生的碎玻璃管理。碎玻璃作为玻璃瓶的主要原材料，公司会集中将包装时产生的碎玻璃出售给现有玻璃瓶供应商进行回炉处理。产生的新玻璃液除了能确保新玻璃瓶的品质外，由于碎玻璃的熔点更低，进而可大大减少了玻璃瓶生产时所需的能耗，从源头减少了对原生玻璃原料（如石英石和碱）的需求，显著降低了资源消耗和环境负担，进一步推动了玻璃包装的循环利用。

2024年，我们共计回收碎玻璃31,346吨，减少约26,643吨碳排放。此外，回收碎玻璃还有效减少了玻璃废弃物进入垃圾填埋场，缓解了固体废物处理的压力，保护了生态环境，提升了社会对资源循环利用的意识。



包装循环及回收

我们致力于推动包装的全面回收与再利用，优化包装组合，降低包装材料对环境的影响。在酒厂生产过程中，我们确保所有使用及报废的废纸箱、废托盘、废塑箱、废麻袋和废胶桶等废弃物100%由本地有资质的第三方回收商进行回收再利用，支持酒厂运营所在社区的中小型回收商的同时，有效促进废弃物的循环利用。

此外，我们对包装环节中的可回收玻璃瓶、玻璃渣、塑料托盘、塑箱、隔板以及桶啤等材料进行全面回收，将生产过程中产生的铝材边角料回炉回收，制成再生易拉罐实现二

次使用。本年度，我们重点对于包装环节产生的碎玻璃进行回收并售给玻璃供应商进行回炉，有效减少对原生玻璃材料的需求及资源能源消耗。2024年，我们共计回收碎玻璃31,346吨，回收废纸箱20,365.41吨，回收其他废旧物料约53,987.5吨。

我们开展多项回瓶项目，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。2024年，回瓶率相较于2022年提升3.6%，可回收包装物共计节约金额约3,390万元。



我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2024年，公司通过绿色包装设计、包装轻量化和包装循环及回收等措施，不断提升回瓶率和包装回收效率，持续减少资源浪费和环境污染，逐步推进到2030年达成零包装浪费目标。

| 2024 年进展 | 状态 | 2025 年计划 | 2030 年目标 |
|--|----|-------------------------------|---------------------------------------|
| 共计回收碎玻璃 31,346 吨 | 完成 | 进一步完善碎玻璃回收管理体系 | |
| 回瓶率相较于 2022 年提升 3.6% | 完成 | 扩大回瓶覆盖范围，提升整体回瓶率 | 100% 包装可回收、可再利用、可再生 |
| 我们重点对于缠绕膜、收缩膜、玻璃瓶、瓦楞纸箱等开展专项行动并取得积极进展。 | 完成 | 继续加强包装轻量化项目，9 家工厂正式切换瓦楞纸箱减重项目 | 啤酒瓶和易拉罐的收集回收率提升到 90% |
| 通过散装运输替代一次性塑料编织袋，2024 年，共计节省塑料编织袋约 500 万个，直接减少塑料包装使用量约 500 吨，相当于减少碳排放约 1,500 吨 | 完成 | 持续减少包装使用，减少远程运输产生的碳排放 | 减少 50% 原生化基塑料使用 啤酒瓶和易拉罐使用 50% 再生成分 |

零水浪费

水资源是生命之源、生产之要、生态之基。作为一家负责任的啤酒企业，公司深知水资源的宝贵与有限性。为应对全球日益严峻的水资源形势，我们高度重视水资源的有效利用与保护，通过持续优化生产工艺、提升水循环利用效率和强化节水管理，最大限度地减少水资源消耗与浪费，致力于实现2030年“零水浪费”的整体目标，即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，以及高水风险地区啤酒厂实现100%水回馈，竭力确保水资源的可持续利用，为环境保护和企业长远发展贡献力量。

我们的策略

公司注重水资源的合理利用，在总裁领导下，供应链副总裁负责水管理战略和绩效。我们成立专业的水资源管理团队，通过系统化监测与优化用水流程，采纳前沿的节水技术，有效降低生产环节的水资源消耗。我们持续完善水资源管理，不断推进水资源的全方位管控，并在提高水资源利用效率方面取得显著成果。2024年，我们总节水量超过7.69万吨，年平均单位水耗较2023年降低

1.28%至2.09hl/hl。水耗情况盘查覆盖了公司全部产品。针对2030年公司范围内水耗达到2.0hl/hl这一战略目标，目前公司已有5家酒厂率先达成，其中，重庆大竹林酒厂水耗达1.7hl/hl，提前实现2030年降低至1.7hl/hl的目标，彰显了我们践行水资源可持续管理的承诺。

我们的行动

公司深知水资源管理的重要性，我们在旗下所有酒厂通过加强水资源风险管理、推进节水项目、提高水资源循环利用效率以及启动水回馈项目等方式，致力于实现水资源的高效利用与生态平衡，为保护水资源、促进绿色发展贡献力量。

加强水资源风险管理

当前全球水资源分布极不均衡，世界各地面临不同程度的用水压力。为降低公司运营活动对水资源带来的环境影响，公司严格遵守《中华人民共和国水法》等水资源保护法律

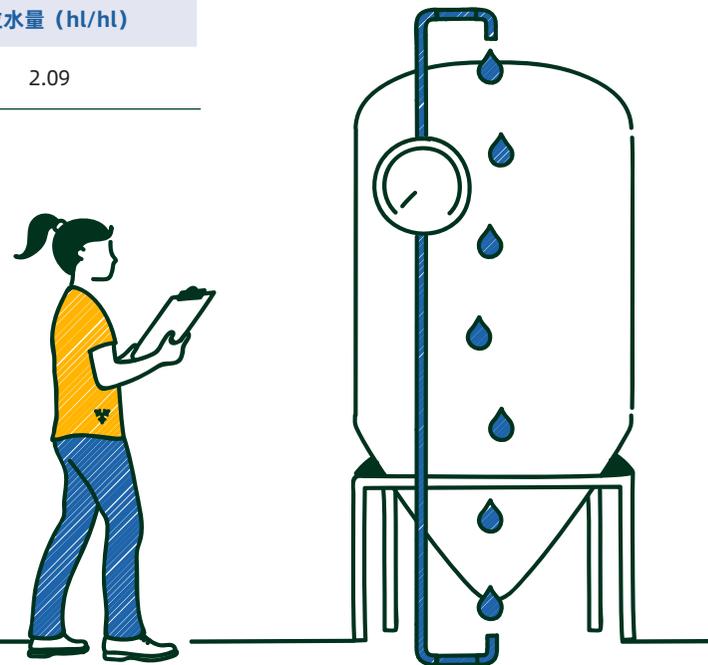
法规，持续完善水资源管理体系，定期开展水资源风险评估，分析水资源短缺状况，并采取针对性预防和监控措施保障长期供水稳定。我们重视对水资源匮乏地区的保护，不断优化水资源风险管理，携手当地社区，通过参与水权交易、节水控水等方式，重点管控处于高水风险地区⁹酒厂的水资源相关风

险，提高水风险应对水平，增强水资源管理韧性。

2024年，对于已识别到的中国7个高水风险地区，我们已在6个工厂投入使用中水回用项目，我们位于高水风险区的酒厂年平均加权单位水耗为2.0hl/hl。

2024 年水资源消耗情况

| 年度 | 单位水量 (hl/hl) |
|------|--------------|
| 2024 | 2.09 |



⁹ 2020年集团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。

案例 银川酒厂再次引领宁夏用水权改革潮流，成功完成第二次水权交易

继 2023 年首次完成水权交易后，银川酒厂于 2024 年再度携手宁夏共创土地运营开发有限公司，在银川市贺兰县签署 40 万立方米的用水权交易协议，交易总金额 32 万元，成功达成第二次水权交易。此举有效推动区域水资源的高效利用，充分展示银川酒厂在履行企业社会责任和环境保护方面的坚定承诺，同时也为用水权改革和行业转型升级树立了新典范。



宁夏酒厂



推进节水项目

节约用水是保护水资源、维护生态平衡和保障人类社会可持续发展的关键。公司始终将节水策略贯穿于酿造、包装等生产全流程，将节水目标细化至各生产层级，通过实施中水回用项目、定量喷洗酒瓶等节水措施，有

效提升水资源利用率。同时，我们坚持每年对生产设备进行定期维护和升级改造，确保设备高效运行，减少水资源浪费，致力于以水资源节约、集约、高效利用推动经济社会可持续、高质量发展。

案例 乌苏酒厂坚守绿色酿造，节水成效显著

新疆乌苏酒厂将绿色酿造理念贯穿于企业生产经营发展的每一个环节，持续推动企业内部精细化管理，引入先进创新节水技术，通过生产设备和工艺流程的不断优化升级，提高水资源管理能力。乌苏酒厂酿造车间将低压动态煮沸工艺应用于麦汁预加热、包装洗瓶等环节，降低热能消耗、防止蒸汽外溢。同时，我们配套二次蒸汽回收装置，对蒸汽包括水进行回收利用，将大部分热能回收转化成热水，每年节约用水约 4,000 吨。



乌苏酒厂生产线



携手 WWF 在 中国三地“补水”

我们与世界自然基金会正式宣布启动水回馈项目，在重庆举办的“2024·长江保护与发展论坛”上，“中国长江流域水回馈项目”宣布启动，第一批在重庆、云南和江苏三地修复湿地、净化水源，助力长江保护和发展。

三个湿地项目各有侧重，云南项目选址在昆明寻甸县，将改善当地湿地景观，提升黑颈鹤（世界上唯一的终生生活在高原地区的鹤类）栖息地质量；重庆项目通过在梁平区和城口县更新和建造新的湿地，净化生活污水；江苏项目专注于在社渚河流域改善湿地生物多样性和净化水产养殖污水。

截至2024年底，项目建设已经完成5/6，通过Limnotech认证的水回馈量达到365,000立方米，修复和新增湿地面积超过23,000平方米。预计2025年5月，该项目将全部竣工并开始持续发挥作用。



提高水资源循环利用效率

水资源循环利用效率是衡量水资源可持续利用的重要指标。公司积极推进各大酒厂的水资源循环利用，持续推动中水回用系统的应用，通过将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，有效减少废水排放，提升水资源重复利用效率。本年度内，中水回用系统已投用于乌鲁木齐酒厂、乌苏酒厂、伊宁酒厂、银川酒厂、大竹林酒厂、梁平酒厂、昆明酒厂、库尔勒酒厂等酒厂。2024年，我们的中水回用总量达到22.56万吨。

保护和补充自然水源

流域生态系统的健康对于当地经济社会的可持续发展至关重要。公司高度重视运营区域内河流流域的生态环境状况，致力于在持续实施ESG计划的基础上，通过开展公益环保项目，与各利益相关方紧密合作，共同推进水源保护与生态修复，为流域的生态保护和可持续发展做出贡献。

2024 年水资源相关数据

| 指标 | 单位 | 2024 年 |
|---------|------------|--------------|
| 自备井水 | 立方米 | 324,303.00 |
| 城市自来水用量 | 立方米 | 5,461,339.87 |
| 地表水 | 立方米 | 402,551.00 |
| 总取水量 | 立方米 | 6,188,193.87 |
| 酒厂总耗水量 | 立方米 | 6,047,607.98 |
| 总耗水强度 | 立方米 / 万元营收 | 4.13 |

2024 年公司获得多项节水荣誉：



嘉士伯（中国）啤酒工贸有限公司获得 2024 年国家级“水效领跑者”称号



我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2024年，公司持续通过推进节水项目、引入创新节水技术、优化升级生产设备和工艺流程、推进水源保护与生态修复等举措，助力2030年零水浪费目标达成。

| 2024 年进展 | 状态 | 2025 年计划 | 2030 年目标 |
|--|----|-------------------------------|--|
| 佛山项目“海绵酒厂”建成投产 | 完成 | | |
| 采用先进技术、工艺和设备改造节水。2024 年，总节水量超过 7.69 万吨，年平均单位水耗较 2023 年降低 1.28% 至 2.09hl/hl | 完成 | 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 | 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 |
| 开展水权交易 开展中水回用，2024 年，中水回用总量达到 22.56 万吨 | 完成 | 继续投入中水回用建设 | 高水风险地区啤酒厂实现 100% 水回馈 |
| 在重庆、云南、江苏 3 地开展水回馈项目，2024 年回馈水量 36.5 万立方米 | 完成 | 完成长江流域水回馈项目建设，开始持续发挥作用 | |

零非理性饮酒

随着消费者对健康的关注不断提升，健康消费的需求正日益增长。公司始终主张并践行理性饮酒的社会责任，积极倡导理性饮酒，提升公众对健康饮酒的认知与意识。作为行业领先的啤酒企业，我们深知饮酒对健康的影响，因此我们不断创新无醇、低醇产品，以满足消费者健康和多元化需求，并聚焦“拒绝酒驾”“预防未成年人饮酒”“适量饮酒”等方面开展教育与宣传活动，引导消费者树立科学健康的饮酒观念，鼓励消费者在享受啤酒文化的同时，理性对待酒精消费，共同营造文明、健康、和谐的酒类消费环境。

我们的策略

公司积极响应国家理性饮酒倡议，致力于推广适量理性的饮酒文化，倡导健康、品质的生活方式，塑造业界健康负责的品牌形象。我们严格遵循集团的《市场沟通政策》¹⁰，贯彻落实负责任营销规范，坚决抵制酒驾、未成年人饮酒等不当行为，传递正确健康的饮酒价值观。

我们设定“零非理性饮酒”目标，承诺到2030年通过包装和品牌活动实现100%理性饮酒信息覆盖，确保在100%的市场建立理性饮酒的合作伙伴关系，并将全球35%的产品升级为低醇或无醇产品（ABV≤3.5%），以促进酒业实现稳定、健康且可持续的发展。

我们的行动

公司通过向员工与公众倡导负责任行为，以及严格落实企业负责任营销工作，持续推动理性饮酒理念的普及，倡导健康生活方式，为消费者创造更美好的生活体验。

倡导负责任行为

为全面保护员工与公众的健康与安全，公司通过内部倡导员工理性饮酒与外部协作引导公众安全驾驶相结合的方式，积极构建理性饮酒与安全出行文化，履行酒类企业社会责任。

倡导员工理性饮酒

为深化公司内部理性饮酒文化建设，我们制定《员工手册》，明确总部员工需严格遵守理性饮酒准则，规定所有员工在工作期间禁止饮酒，并在啤酒产品宣传营销过程中积极倡导科学饮酒理念。同时，我们要求营销岗位新入职员工须在入职阶段完成《市场沟通政策》¹⁰的学习和培训，并每年进行定期回顾学习，推动员工形成适度饮酒理念。

引导安全驾驶

我们致力于树立安全出行的社会共识，坚决抵制酒后驾驶行为，倡导公众理性文明驾驶。我们连续多年在太湖湾音乐节、西夏星空音乐节、乌苏啤酒音乐节等活动中，围绕“酒后不开车”开展宣传，宣传安全驾驶的重要性，增强消费者安全驾驶意识，积极倡导公众理性文明驾驶。

案例 跨界创新合作，理性饮酒触达更多消费者

2024年，嘉士伯品牌与中国科技零售公司美团开展合作创新，通过借助美团的高客流量商业区，触达更多消费者参与理性饮酒活动。嘉士伯品牌还联合美团外卖共同推出数字激活项目，消费者只需扫描二维码就有机会了解理性饮酒理念，为消费者创造互动和便捷的体验。



理性饮酒

¹⁰ https://carlsbergchina.com.cn/media/js4hdoxr/marketing-communication-policy_eng_sep-2019.pdf



“理性文明 拒绝酒驾” 全国理性饮酒宣传周

自2015年中国酒业协会与社会责任促进工作委员会成立以来，已围绕拒绝酒驾、预防未成年人饮酒、健康饮酒三大主题连续9年开展全国理性饮酒宣传周活动，致力于将“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”的理念深植于公众与消费者心中。

本年度，公司持续参与2024全国理性饮酒宣传周。我们邀请赵露思、于适、GAI周延、吉克隽逸等11位旗下品牌明星代言人共同拍摄倡议视频，大力倡导“理性文明 拒绝酒驾”的饮酒理念，共同推动理性饮酒文化的普及与实践。

2024 全国理性饮酒宣传周

National Responsible Drinking Awareness Week



提供无醇、低醇产品

为顺应消费者对健康和多样化产品的需求，公司持续推动无醇、低醇啤酒产品的创新研发，不断拓宽品类边界，实现更加多元的产品布局。我们于2023年推出风花雪月低醇

系列，为消费者提供健康多元选择，满足不同消费者的个性化需求。2024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 |



负责任营销

公司坚决贯彻负责任营销行为，对产品标签、标识提醒实施严格的标准规范，确保营销方式和内容的合理合规性，为消费者提供清晰、明确、可靠的产品信息，杜绝虚假信息 and 可能误导消费者的宣传内容，切实维护消费者的合法权益。

明确标识提示

为促进消费者理性饮酒意识的提升，我们在所有产品上明确标注“过量饮酒，有害健康”的标识及字句，主动给予潜在风险提示，时刻引导消费者养成理性消费的观念。同时，我们持续完善产品标识体系，在 100% 酒精产品上增加“孕妇请勿饮酒”“未成年人禁止饮酒”“酒后请勿驾车”等标识，并在线上销售平台的产品详情页中增设理性饮酒相关提示语，全面践行负责任营销原则。

理性饮酒宣传

为深入推动健康、理性饮酒文化的构建，我们积极举办啤酒节、音乐节等丰富多样的活动，通过设置“理性饮酒”打卡点、放置创新告示牌、组织趣味游戏等多元化方式，向公众和消费者传递健康、理性饮酒理念，提升大众理性饮酒的意识，助力啤酒行业稳定、可持续发展。

成分信息管理

我们严格遵守《市场沟通政策》，在产品标签上如实标注成分信息、保质期、酒精度数、产品标准和等级，确保标签信息的真实性和准确性，帮助消费者做出合理的购买决策。

负责任营销培训

为全面规范内部责任营销行为，我们持续加强负责任营销的宣传与培训，要求所有营销相关人员在入职阶段完成《市场沟通政策》的学习和培训，并进行年度回顾学习，确保营销内容符合公司标准。同时，我们将《市场沟通政策》纳入经销商和市场部供应商的合作协议，明确要求其在市场推广活动中严格遵循公司理性饮酒倡议。



案例 音乐节活动现场设置“理性饮酒”专区

2024年7月20日至7月21日，西夏啤酒星空音乐节在银川市贺兰县西夏啤酒音乐运动公园震撼上演，赵雷、许巍、陈楚生、房东的猫等著名音乐人和乐队，组成群“星”闪耀的演绎阵容，为消费者带来一场视听盛宴。同时，我们在现场设有多个“理性饮酒”打卡点，倡导消费者在享受音乐的同时，自觉维护健康的生活方式，做到饮酒有度，安全第一。



西夏啤酒星空音乐节理性饮酒宣传专区

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2024年，公司持续推动无醇、低醇产品的创新研发，进一步完善理性饮酒标签信息，积极参与全国理性饮酒宣传周，助力2030年公司零非理性饮酒目标的达成。

| 2024年进展 | 状态 | 2025年计划 | 2030年目标 |
|--------------------------------------|----|---------------------|-------------------------------|
| 100% 包装含有理性饮酒的3大警示标识 | 完成 | 继续推进理性饮酒信息全覆盖 | 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 | 完成 | 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 | 完成 | 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 | 完成 | | 产品组合中35%是低醇或无醇啤酒 (ABV ≤ 3.5%) |

零事故文化

公司深知保障员工健康与安全是企业稳健发展的基石，也是我们坚守的底线。我们秉持“零事故文化”目标，在一切运营活动中严格遵守国家的安全生产法规，切实落实项目安全管理流程和规范，竭力保障啤酒厂、仓库、办公室、道路等场所的健康与安全，为员工创造一个安全、健康、舒适的工作环境，致力于实现到2030年零事故目标的达成。

我们的策略

公司始终坚守保护员工的健康安全这一核心价值观，高度重视员工和第三方相关人员

的健康与安全，在总裁领导下，供应链副总裁负责健康安全战略和绩效。持续完善职业健康安全管理工作。我们严格遵循《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》，参考《操作手册》《健康和安全管理政策》¹¹，制定《环境健康和安全管理政策》《环境职业健康管理手册》等63项内部管理制度和程序，并持续完善安全管理体系，为公司安全生产工作提供规范化指引。同时，我们制定《职业健康管理程序》《员工健康与幸福程序》等内部管理制度，以及职业健康《安全红线条例》（Life Saving Rules），明确5项高风险作业范畴的安全管理规定，为员工的职业健康保障护航。



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
屏蔽安全连锁



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

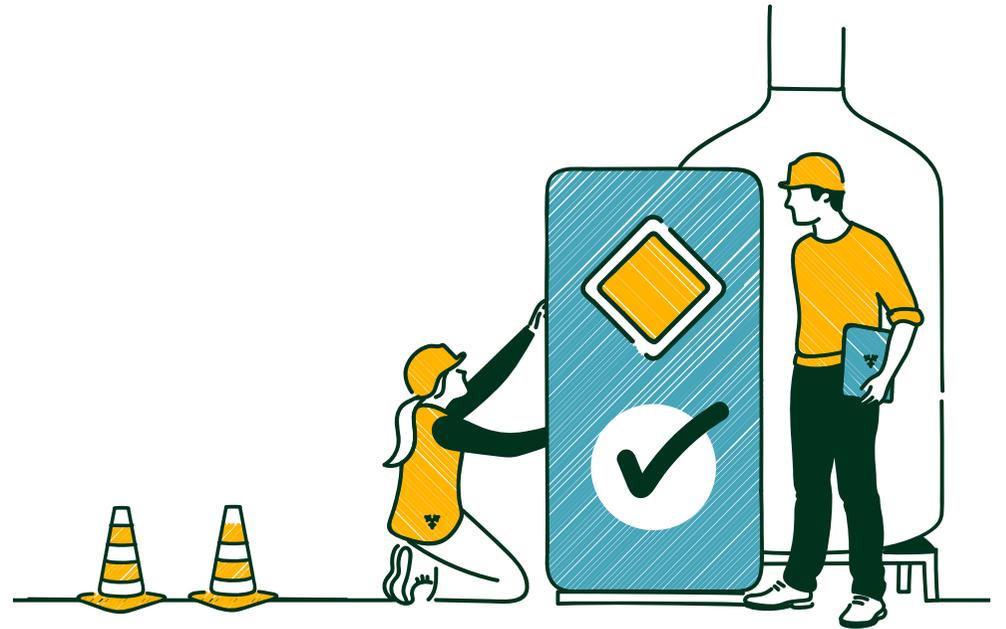
¹¹ <https://www.carlsbergchina.com.cn/media/yamdawjz/health-and-safety-policy.pdf>

我们的行为

公司始终将员工的安全与健康放在首位，通过建立健全的安全生产管理体系、实施严格的职业健康安全保护措施，确保工作环境的安全与舒适，致力于打造零事故的工作场所，为员工提供全面的健康保障。

安全生产

公司持续完善内部健康安全评估体系，以系统化的方式监测和提升安全管理水平，积极落实安全生产实践，不断优化安全应急机制，强化员工安全意识与能力，推动安全文化深入企业运营，构建更加稳定、高效的安全生产环境。





连续14年坚守安全日， 铸就零事故文化

公司始终朝着“零事故文化”目标稳步迈进。连续14年，我们坚持在每年12月12日“安全日”按下生产暂停键，全员投入安全文化建设。公司在各酒厂厂区 and 办公区举办各类线上、线下活动，公司管理层在各地活动现场带头参与，提升员工安全意识，营造安全生产氛围。

2024年，我们以“相互关心、彼此依赖”为主题，开展安全讲座、驾驶培训、实践演练等系列活动。公司总裁李志刚强调：“零事故目标的核心是‘人’——员工不仅是风险防范主体，更是安全文化的创造者。”

2024年1月20日-2025年1月20日，公司全国业务首次实现连续12个月零事故。这一成果，得益于全员参与隐患排查与安全观察，以及一系列安全项目的实施，逐步建立起互相关心、彼此依赖的安全文化。



2024 | 年嘉士伯中国安全日

Carlsberg China Safety day

12月12日期待你的参与 | Join us on 12th Dec.2024

安全评估体系

公司严格遵循COM (Carlsberg Operation Manual) 标准, 针对员工健康安全构建系统化、规范化的SHAPE (Safety and Health Assessment Program Excellence) 评估体系, 涵盖EHS成熟度评估系统和自评整改机制。同时, 我们依据经

营所在地要求, 对公司EHS管理体系进行持续优化, 保障员工健康与安全。

公司对所有岗位和作业活动都进行了全面的风险评估和周期性回顾。针对已识别出潜在的职业安全风险, 公司采取了分类管理措施, 其中高风险作业11类必须遵循工

作许可制度; 交通风险、高空作业风险、危险能源隔离风险、机械防护风险、有限空间进入风险等5项纳入公司《安全红线条例》管理范畴; 其他如化学品风险、人机工程风险、割伤风险、滑倒绊倒风险等识别出的风险分别制定了专项管理程序持续进行消减和管控。

旗下酒厂

100%

通过 ISO 45001 职业健康安全管理
体系认证

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



2024年 ISO 45001 职业健康安全
管理体系证书



SHAPE 评估体系

SHAPE 作为公司 EHS 综合管理系统, 整合了 EHS 管理、安全与健康以及环境等 63 个程序, 系统性提升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迭代, 并面向所有酒厂开展年度系统审核, 持续强化安全管控力度。

SHAPE EHS 成熟度评估系统

我们搭建 EHS 成熟度评估系统, 围绕 EHS 管理、预防性程序、酒厂情况及人员管理四大维度开展成熟度评估。在安全与健康方面, 重点聚焦高风险的作业程序、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进行管理成熟度的检查和管控; 在环境方面, 针对环境合规、公用工程消耗与减少、环境项目等安全指标开展评估, 并推动改进措施落地。该评估系统明确各项安全指标的评级要求, 帮助我们有效识别 EHS 制度体系中的薄弱环节和潜在风险点, 助力企业不断提升 EHS 管理水平。

SHAPE 自评整改机制

我们要求相关员工对有关程序和健康安全措施开展年度 COM 自我评价。员工通过审查自身工作实践、设施设备等是否符合制度要求, 识别需改进项目, 确保所有工作实践均符合公司职业健康安全管理要求。

安全表现与员工绩效挂钩

为推动“零事故文化”目标的达成，公司要求管理层以身作则，并鼓励全体员工广泛参与。我们针对总裁、副总裁和各业务单元总经理等各层级管理人员设立与“零事故文化”相关的绩效指标，并将“零损失工时事故”纳入绩效考核指标，落实安全责任制，强化管理人员的安全责任意识，确保健康安全风险得到有效控制并持续降低。

我们始终对安全事故瞒报持有“零容忍”的态度，即使是险肇事故也按要求开展调查，并采取必要的应对措施消减和管控风险，预防事故发生。

为强化安全管理执行力度，我们制定了完善的健康安全奖惩制度，对违反安全管理规定的行为进行警告和处罚，并对符合安全规范的行为给予奖励。同时，我们将安全观察报告率与员工个人和团队的奖励性

指标挂钩，鼓励员工主动识别和报告安全隐患，关注身边工友的行为安全并及时沟通提醒，增强全员安全责任和互相关心的安全文化。

安全生产实践

我们不断强化企业安全生产实践，积极落实一系列安全保障措施，全力维护员工健康与安全，持续营造良好的安全生产环境。

• 劳保用品发放

我们制定劳保用品相关管理制度，为相关员工配备齐全劳保用品，在各岗位或区域出入口处设置标识牌，明确要求规范佩戴个人劳保用品，并定期检查员工佩戴情况，同时组织相关员工开展年度安全培训，全面保障生产过程中的安全防护措施得到有效落实，强化职业健康安全管理。



• 安全生产检查

我们重视各酒厂的安全生产环境管理，严格规范员工生产安全标准，积极落实安全巡逻、安全整改等工作。同时，我们基于集团线上系统 SPRINT 发布的健康安全要求，开展安全标准自评，识别不足之处并进行整改。2024 年，公司主管级的现场安全巡线次数为 135,652 人次，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 99.2%，其中关键要求的符合率达 98.9%。

• 厂内交通安全改善

针对物流区域，即啤酒厂内风险最大、事故发生率和严重程度最高的区域，我们推行交通三区划分理念，将酒厂细分为行人禁区、车辆禁区、人车共存区，最大限度缩小人车共存区域范围，并应用时空隔离要求和人车主动防御系统，从源头上消除交通安全隐患，保障员工健康安全。公司中国酒厂物流区域已全面实施交通三区管理。

案例 新疆业务单元实现 100% 带板运输，提升健康安全与运营效率

2024 年，新疆业务单元成功实现 100% 纯带板运输，成为公司首个达成此目标的业务单元。这一举措不仅显著提升运营效率，还在健康与安全方面带来了深远影响。

带板运输是指将货物直接放置在托盘上进行运输和装卸，避免了传统的人工搬运或使用推拉器操作，减少人工干预的同时，大幅降低安全风险，尤其是在成品库和装卸环节，有效实现人车分流和成品库三区划分，保障员工的健康与安全。



新疆业务单元带板运输项目

• 氨系统改造

我们针对制冷站氨系统的安全合规性和潜在隐患开展专项检查，识别出早期建设的氨制冷站存在的安全风险点，并进行改造升级。同时，我们基于 COM 要求、国家氨制冷标准规范及专项治理技术指导书等文件，开展涵盖作业、管理与检验、电气与安全设施、制冷及辅助设备设施等维度的排查工作，确保系统运行的安全性、稳定性。

为消除氨制冷站的潜在安全隐患，我们对原有的低压循环桶、氨分、氨泵、阀门管路等存在风险的设备进行升级替换，并同步优化改造事故风机、氨泄漏报警系统、应急照明、双座安全阀、紧急泄氨池、喷淋系统、消防栓、储罐楼梯平台等关键设施。此外，我们通过严格执行焊缝内部质量无损、压力强度及气密性、抽真空、充氨等试验工作，确保系统设备、管路阀门及设施的密封性和安全性，降低事故发生概率。

• 5 家工厂超过 10 年没有发生损失工时事故

• 16 家工厂超过 5 年没有发生损失工时事故

• 21 家工厂超过 3 年没有发生损失工时事故

• 佛山工厂 200 万安全工时，相当于 100 人的工厂 10 年无事故

• 2024 年 1 月 20 日 - 2025 年 1 月 20 日，全国业务首次实现 1 年无损失工时事故数



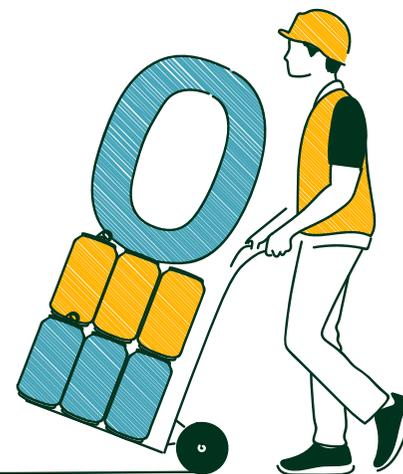
安全意识培训

公司注重每位员工安全生产文化和责任意识培养。为持续提升员工安全意识与应对能力，我们依据法律法规及各岗位特性，构建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 门课程的全方位安全生产培训体系。截至 2024 年 12 月 31 日，全国共计 442 名经理及主管工程师已参与到 EHS 培训课程认证讲师项目中。

同时，针对不同职业风险暴露人群，我们开展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、氨制冷系统安全等方面的针对性专项职业健康

安全保护培训。报告期内，基本安全及应急响应介绍课程员工参与人数达 3,684 人次，个人防护用品课程达 3,306 人次，听力保护课程达 1,876 人次，化学品处理与处置课程达 2,555 人次，氨制冷系统安全课程达 230 人次。

此外，我们持续优化酒厂的 MERP 医疗应急响应流程，在所有酒厂及主要行政办公区域配备自动体外除颤器 (AED)，并组织开展中国心脏救援协会 (AHA) 急救员认证培训，进一步提升员工紧急救护能力，全方位保障员工健康安全。



案例 强化驾驶培训，守护员工健康安全

2024年，我们在员工驾驶安全领域加大培训力度，共有427名员工参加轻型车辆防御性驾驶实操培训，另有213名员工完成了两轮机动车防御性驾驶实操培训。这些课程旨在提升员工的驾驶技能和安全意识，帮助他们在复杂路况下更好地应对潜在风险。

防御性驾驶培训不仅教授了如何避免事故的实用技巧，还通过模拟真实场景，让员工掌握应对突发情况的能力。两轮机动驾驶训练则针对性地提升了骑行安全性，减少了因操作不当或外部环境导致的事故风险。通过这些培训，我们进一步降低了交通事故的发生概率，同时也为构建更安全的工作环境和社区贡献了力量。



驾驶培训

健全安全应急处理机制

公司注重对突发事件的及时响应和有效处理。我们针对工伤事件建立专项应急处理机制，持续强化项目工作安全分析（JSA）和工作许可（PTW）的编写和执行质量，提高员工应急处置能力，保证发生工伤事故时

迅速采取有效的应急措施，全力保障员工安全。同时，我们要求开展事故分析，并制定针对性的职业健康安全管理改进方案，确保同类安全事件不再重演。

职业健康安全

公司高度重视员工及承包商的职业健康安全，持续提升职业健康与安全管理水平，积极落实全面的职业健康安全保护措施，多维度保障健康安全的工作环境。

职业健康安全保护举措

为保障公司员工的健康与安全，我们采取以下常态化举措：



组织健康体检：



基于不同岗位员工的职业暴露风险类型，明确各岗位人员需要接受的职业健康体检项目。根据国家相关法律法规，为涉及职业危害岗位的员工提供岗前、岗中、转岗及离岗职业健康体检，并为所有员工提供入职体检和年度福利体检，以全面保障员工身心健康。

职业危害监测：



强化对职业危害因素的监测与评估，以精准识别职业危害岗位及相关危害因素，便于采取相应措施，有效预防职业病，降低职业危害风险。

开展健康培训：



向员工普及急救、安全基础、季节性疾病预防、身体保养等健康知识，促进员工健康生活意识的培养。

承包商安全管理

公司深知承包商职业健康安全管理的重要性，聚焦工作过程中的风险控制、安全检查、厂内特别程序等维度，组织所有承包商员工开展入场健康安全培训及考试，并要求其在进场工作前必须完成培训，确保承包商人员充分了解并严格执行安全作业流程。同时，我们致力于持续强化承包商团队的安全管理能力，促进承包商团队和公司EHS要求匹配度与协同效率的提升。此外，我们围绕承包商作业人员、管理人员、生产工具及个人防护用品佩戴等方面制定健康安全入场标

准，并针对长期承包商或已完成项目的承包商开展至少每年一次的健康安全表现评估，切实保障承包商的生产安全。

2024年，公司共发生2起安全事故。为避免类似安全事故的再次发生，我们通过采取开展“保持专注”沟通培训、对工厂相关设备进行风险评估、制定并实施专项改造方案等处理措施，强化员工安全意识，筑牢安全生产防线。

2024 年安全投入情况

| 指标 | 单位 | 2024 年数据 |
|--------------|----|----------|
| 工伤保险投入金额 | 万元 | 530.83 |
| 工伤保险人员覆盖率 | % | 100 |
| 安全生产责任险投入金额 | 万元 | 98.83 |
| 安全生产责任险人员覆盖率 | % | 100 |

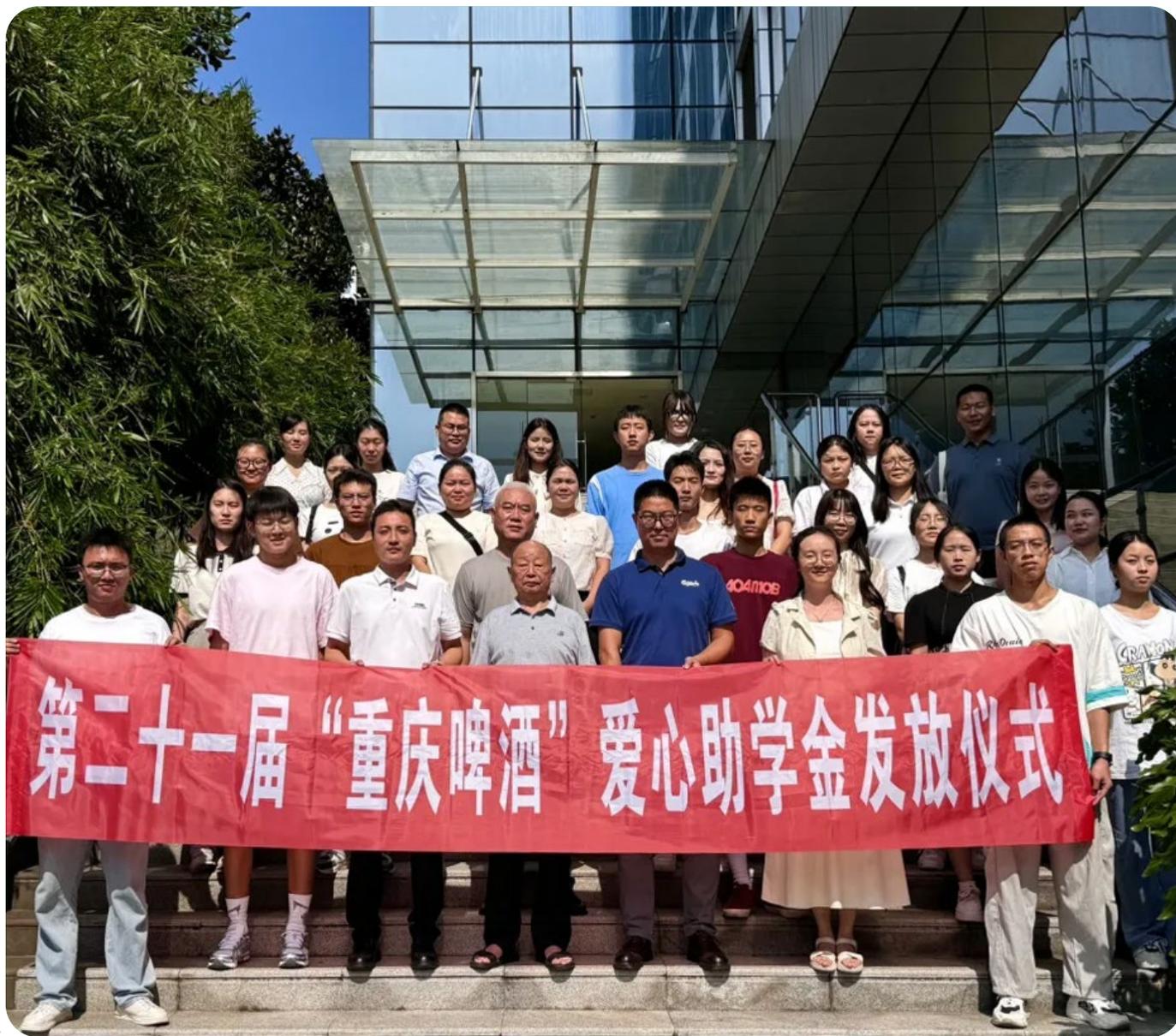
2024 年安全事故情况

| 指标 | 单位 | 2024 年数据 |
|------------|----|----------|
| 员工损失工时事故数 | 起 | 2 |
| 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 |

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2024年，公司通过强化安全生产，落实职业健康安全保障措施，推动安全生产文化建设，助力2030年公司实现零损失工时事故目标的达成。

| 2024 年进展 | 状态 | 2025 年计划 | 2030 年目标 |
|---|----|-------------------------------|-------------------------|
| 公司旗下酒厂均已获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证 | 完成 | 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 | |
| 全国共计 442 名经理及主管工程师已参与到 EHS 培训课程中 | 完成 | 实现全员高质量完成安全培训 | |
| 全国酒厂主管级现场安全巡线次数达 135,652 人次 | 完成 | | 实现零损失工时事故 持续消除安全风险隐患 |
| 2024 年，包含员工和承包商在内的损失工时事故数下降至 2 起，较 2018 年降低 92% | 完成 | 为员工配备安全防护用具，持续升级安全设施设备 | |



重点关注领域

公司始终秉持绿色运营理念，在为消费者提供高品质产品和服务的同时，致力于打造一个多元、平等、包容的工作环境，让员工能够充分施展才华。我们与合作伙伴携手共进，实现互利共赢。此外，公司严格确保管理的合规性和独立性，积极履行企业社会责任，为社会的可持续发展贡献力量。

| | |
|----------|----|
| 排放管理 | 47 |
| 产品与服务 | 50 |
| 多元、平等和包容 | 54 |
| 负责任采购 | 60 |
| 社区参与 | 62 |
| 合规管理 | 64 |

排放管理

公司始终秉持绿色运营理念，在为消费者提供高品质产品和服务的同时，致力于打造一个多元、平等、包容的工作环境，让员工能够充分施展才华。我们与合作伙伴携手共进，实现互利共赢。此外，公司严格确保管理的合规性和独立性，积极履行企业社会责任，为社会的可持续发展贡献力量。

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，严

格管理排放物。我们遵循公司发布的《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；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。

我们不断完善环境管理体系，积极投入建设废气处理、废水处理、固废处理等整套减排设备，控制废弃物、废气及噪声影响。

我们定期开展环境影响风险评估，根据评估结果，制定《环境合规》《能源水源消耗与减少》等13项环境影响相关的内部管理程序，定期开展突发环境事件应急演练，必要

时优化应急预案，不断提升对突发环境风险管控的能力。同时，公司制定环境监测方案和风险管理措施，并在全国排污许可证管理信息平台公开。2024年，本公司未发生任何因污染物排放受到重大行政处罚或被追究

刑事责任事故，未发生突发重大环境事件，未出现超标排放情况，旗下酒厂100%获得ISO 14001环境管理标准体系认证。

2024年，本公司

未发生

任何因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任事故

旗下酒厂

100%

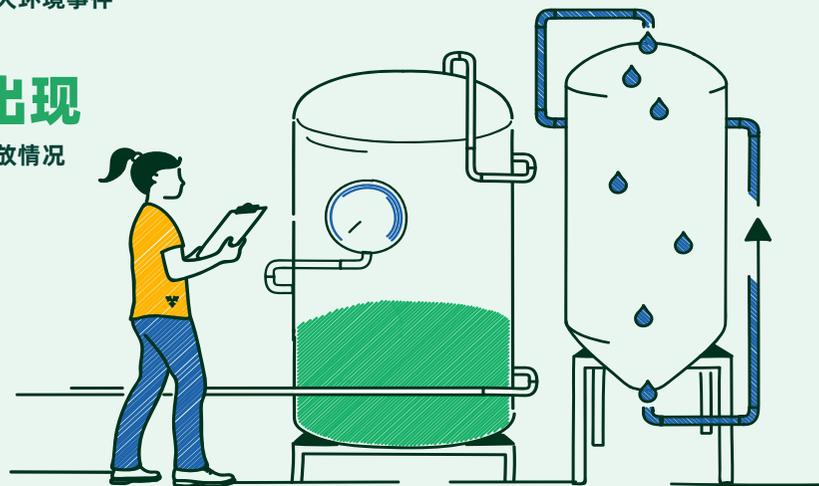
获得ISO 14001环境管理标准体系认证

未发生

突发重大环境事件

未出现

超标排放情况



ISO 14001:2015 环境管理体系认证证书



能源管理体系证书

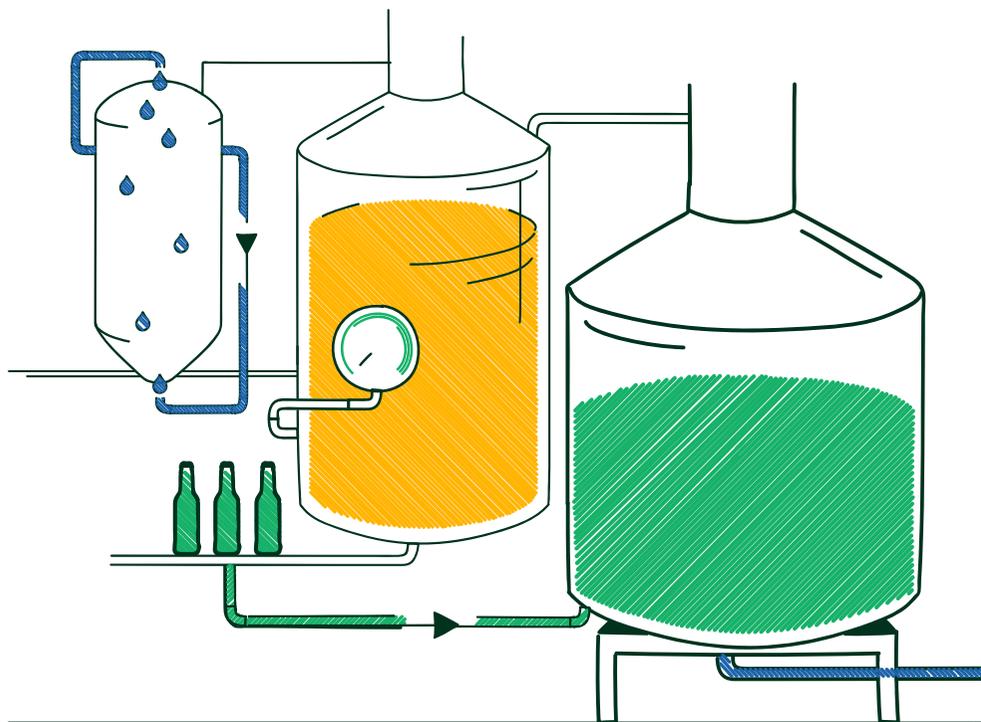


旗下酒厂
GB/T 24001-2016

废水管理

在“零水浪费”目标基础上，我们加强废水管理，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。我们建成中水回用项目，通过深度技

术处理再次降低污水中的COD、异味和悬浮物，减少废水中的污染物。同时，我们将污水提供给污水处理厂，不仅实现废水的资源化利用，亦减少酒厂污水处理的能源消耗，实现酒厂和污水处理厂的双赢。2024年，我们已在6个酒厂实施啤酒废水资源化利用项目。



2024年废水排放物种类及相关排放数据

| 种类 | 单位 | 2024年数据 |
|----------------|-------|--------------|
| 氨氮 | 吨 | 16.36 |
| 总磷 | 吨 | 6.06 |
| 悬浮物 | 吨 | 132.63 |
| 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 | 0.95 |
| 原污水的平均COD | 克/立方米 | 79,246.67 |
| 污水总排放量 | 立方米 | 2,750,942.48 |

废弃物管理

公司严格遵循《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，各酒厂均严格遵守当地废弃物及垃圾分类管理条例，全力降低废物产生量，杜绝任何不受控的垃圾丢弃及厂内外废物处理行为。我们进一步规范了日常生产环节中各类废弃物的收集、储存与处置流程，对于无害废弃物，我们严格执行垃圾分类，定点定期回收清运，充分回收可利用的再生资源；对于有害废弃物，我们全面梳理危废收集范围，依据类别进行清理、收纳及转运，统一存放于危险废物仓库，并在达到一定量后委托有资质的第三方进行统一处理。同时，我们建立

了危险废弃物产生台账及转移处置台账，确保废弃物的有效处置跟踪与管理。2024年，乌鲁木齐酒厂获得“无废企业”称号。

本年度，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、废胶桶等废弃物资100%由本地有资质的第三方回收商进行回收再利用。此举不仅实现了废弃物的循环利用，减少废弃物垃圾填埋或焚烧带来的污染的同时，同时也有效扶持酒厂运营所在社区的中小型回收商。

案例 乌鲁木齐酒厂获得“无废企业”称号

乌鲁木齐酒厂优先选用绿色原料、工艺、技术和设备，建立起产品设计、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。2024年，乌鲁木齐酒厂获评乌鲁木齐市首批“无废企业”称号，继西夏嘉酿已被宁夏银川市命名为首批“无废企业”后，成为我们的第二家“无废酒厂”。乌鲁木齐酒厂在运营过程中，通过实施一系列措施，最大限度地减少废物产生、促进废物循环利用和安全处置，最终实现企业内部的废物“零排放”或“近零排放”。



乌鲁木齐酒厂

2024年废弃物排放情况

| 种类 | 单位 | 2024年数据 |
|-----------|----------|------------|
| 有害废弃物排放总量 | 吨 | 464.62 |
| 有害废弃物排放密度 | 吨 / 万元营收 | 0.0003 |
| 无害废弃物排放总量 | 吨 | 109,354.79 |
| 无害废弃物排放密度 | 吨 / 万元营收 | 0.07 |

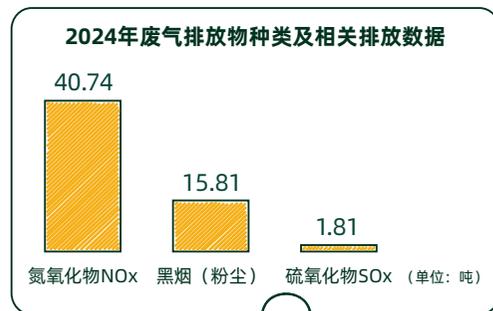


废气管理

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。啤酒行业可以通过回收和再利用生产过程中产生的废弃物来减少碳排放，乌苏啤酒将啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行收集净化后再用于生产，根据测算可实现年回收二氧化碳5,930吨，对于废气进行有效的回收利用。同时，我们对污水站产生的臭气进行合理的收集和处置，确保废气达标处理，有效管理废气。

噪声管理

公司严格遵守《中华人民共和国噪声污染防治法》等相关法律法规，制定《噪声控制与听力保护程序》等内部政策。秉持“源头预防、传输管控、受体保护”的噪声污染防治理念，公司进一步加大了噪声污染防治的力度。通过定期开展厂界噪声监测、设备改造与维护、增设隔离防护等措施，有效控制噪声对于员工及社区的影响。同时，公司开展包装噪声降低的专项研究，分析包装过程中噪声的产生和传播机制，制定噪声防治方案，针对性控制噪声来源。



产品与服务

公司始终将为消费者提供高品质产品和优质服务视为企业发展的核心驱动力，构建完善的质量管理体系，实施严格的质量管控措施，确保产品符合高标准品质要求。同时，我们坚持以客户为中心，持续优化客户服务体系，倾听消费者需求并积极响应改进，不断提升消费者服务体验，致力于为客户创造更高价值。

在《质量COM手册》的基础上，进一步制定了《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》等质量管理制度，为产品质量标准提供规范化指引。同时，我们要求旗下酒厂开展年度质量COM符合性审核，确保产品品质的稳定可控。

在2018-2024年期间，公司及旗下酒厂均通过年度质量COM符合性审核。本年度，除一家新建酒厂外，公司及旗下酒厂均获得ISO 9001质量管理体系认证和HACCP认证。

我们搭建覆盖产品生产、存储、物流、销售及售后的全流程质量管理体系，通过持续强化关键节点的管控，不断提升产品品质稳定性，致力于用更优质的产品满足消费者对高质量啤酒的需求。

旗下酒厂

100%

通过 2024 年度质量 COM 符合性审核

产品质量保障

我们在参考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



ISO 9001 质量管理体系认证证书



HACCP 认证证书



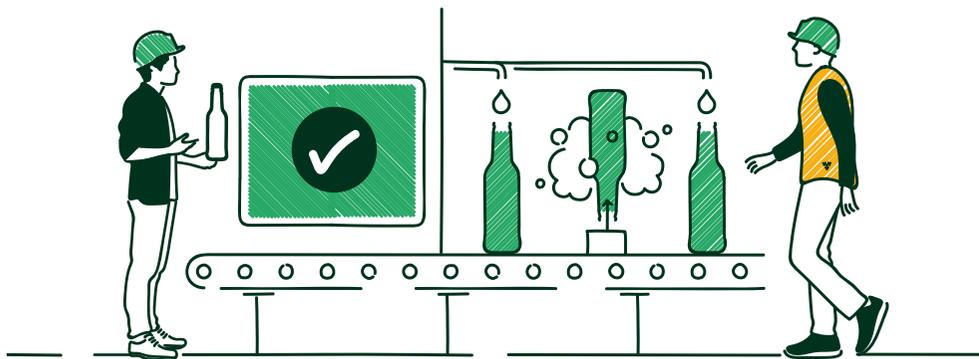
监督审核合格通知书



开展产品检测

我们始终坚守高标准的质量管理要求，严格执行《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全面检测，并在各生产环节设置自检要求，全面保障产品质量符合高品质标准。同时，我们制定覆盖理化¹²、包化¹³、微生物等风险点的酒厂质量监测计划，通过全方位监测产品质量，有效发现并预防潜在质量风险。此外，我们设立中心检测室，对啤酒产品实施季度抽样检查。本年度，中心检测室对26家生产酒厂的啤酒产品开展抽检，全年累计共抽检97批次，产品执行标准合格率100%。

在开展年度内部质量检测的基础上，我们要求旗下酒厂开展产品外送检测，进一步保障产品的安全性和可靠性。2024年，公司旗下各酒厂共进行外送检查984批次，接受监管机构现场抽样52批次，产品执行标准合格率100%。



产品召回机制

我们制定《产品召回（撤回）管理程序》，要求旗下酒厂定期组织产品召回（撤回）模拟演练，以确保召回机制的可行性和高效执行，保证发生产品质量事件时能快速召回产品，最大限度减少对公众的危害。2024年，公司未发生因产品质量问题而召回产品的事件。

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%

组织口味品评

公司在注重产品质量与安全的同时，力求为客户提供风味独特、品质稳定的优质产品。我们建立由专业品评师组成的公司品评中心，负责对酒厂的产品进行月度口味评估，

确保产品品质与风味特征的一致性。截至报告期内，我们已完成对607个啤酒样品的口味品评，合格率达100%。

案例 “百人计划”升级，品评能手亮相

品酒师特训营是公司百名专项人才培养计划的重要组成部分。2024年11月7日，我们和中国酒业协会联合举办的“2024年嘉士伯中国品酒师特训营暨第二届嘉士伯中国品评技能大赛”在重庆闭幕。

在第一届的基础上，此次特训营采用创新的形式和内容，通过线上和线下课程相结合的方式，强化品评及风格鉴别理论知识，加强学员间的互动与经验分享，培养学员们实际生产中的问题排查与解决方案能力。114名来自公司27个工厂的品评人员经过理论考核和14轮品评技能的严格考核，获得“品评优秀选手”称号；前30位品评技术能手脱颖而出，荣获“品评技术能手”称号。

中国酒业协会 | Carlsberg China

2024嘉士伯中国
品酒师特训营
第二届嘉士伯中国品评技能大赛

Brewing for a better
today & tomorrow
酿造美好，品味未来

2024年品酒师特训营暨第二届品评技能大赛



¹² 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。

¹³ 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。

产品质量培训

我们致力于推动企业质量安全文化的建设，通过将质量安全教育嵌入员工入职、岗前和岗中培训，以及为不同岗位员工制定差异化质量安全培训课程，提升员工质量安全意识，确保产品质量安全理念深植每位员工日常工作。

针对酒厂质量管理人员，我们组织旗下各酒厂的质量经理开展为期2天的FSSC 22000食品安全管理体系认证标准的培训，重点强化食品安全审核与体系维护能力。

针对生产员工，我们定期围绕质量和食品安全体系、质量COM合规等方面开展相关产品质量培训。2024年，公司旗下酒厂共计开展培训38,466.5小时，培训员工7,554人次，培训覆盖率达100%。

此外，我们同样注重供应商的产品质量管控，对供应商实施严格的产品质量审核，并开展质量标准和食品安全要求相关培训，深化供应商对公司产品质量标准的理解，推动全链条的质量管理水平提升。

生产员工质量和食品安全培训

覆盖率达 **100%**

优质客户服务

公司坚持从客户实际需求出发，建立完善沟通机制和多元化沟通渠道，用心倾听并快速响应客户诉求，切实维护客户权益，不断优化服务质量，提升客户满意度，为客户创造高标准、贴心的服务体验。

高效响应诉求

我们积极聆听消费者的声音，为消费者开通电话、微信、邮件等多个反馈渠道，确保消费者提出意见和需求的便捷性。同时，我们制定《客户及消费者投诉处理程序》《工厂-投诉处理程序》，明确投诉界定、分级分类和评估的标准要求。此外，我们安排专业人员对重点客户诉求进行电话访谈，确保反馈意见精准传达至公司相关部门，以推动产品与服务的持续优化。2024年，我们接获质量与安全相关投诉208件，投诉解决率达100%。

我们对不同类型的投诉制定专项处理流程，并通过定制化行动方案高效解决客户问题。针对产品质量类问题，我们搭建总部与酒厂质量部门的协同管控机制。其中，酒厂质量部门负责产品检测及专项整改方案的落地；总部质量部门负责定期统筹质量问题和改进方案的整合汇总，并跟踪改进结果，确保产品质量稳步提升，提升消费者满意度。

提升服务体验

我们致力于不断提升客户服务水平，通过持续优化数字营销体验、拓展各类线上线下互动活动等方式，深化与消费者的沟通交流，

推动品牌与消费者的紧密相连，提升品牌影响力和客户忠诚度，打造更具竞争力的市场口碑。

拓展线上销售平台

我们持续拓展销售渠道，与京东超市、美团闪购等主流电商平台建立战略合作伙伴关系，优化即时零售模式，提升消费者的便捷购物体验。

创造惊喜体验

我们通过推出节日限定包装、艺术创新包装等方式，满足市场多元化消费需求的同时，为消费者带来惊喜体验，深化品牌形象，增强市场认知度。

完善会员互动体验

依托“一物一码+小程序”，我们搭建高效灵活的会员中心，可快速迭代并适应市场需求。我们通过品牌公众号、线下物料、官方微博等渠道持续推广品牌营销活动。同时，我们在小程序内设置积分/红包奖励机制，以激励消费者扫码互动，深化品牌与核心客户的连接。

打造沉浸式消费体验

通过限时艺术体验馆、快闪店、线下品鉴会等多元化场景，为消费者提供沉浸式互动体验，增强产品体验的丰富度和趣味性。



推动两业融合

公司始终关注消费趋势，致力于创新消费场景，为消费者提供更多选择。我们持续拓展啤酒新零售业务，深度融合啤酒与餐饮服务，进一步拓宽消费场景，增强啤酒文化的影响力，让消费者在多元化场景中享受更加沉浸式的畅饮体验。

近年来，我们陆续推出“京A精酿”酒馆、“乌苏森烤”和“后火锅品牌合作店”，以多样业态为消费者提供层次丰富的服务体验，提升品牌渗透力。

案例 乌苏烧烤·成都宵夜城正式揭幕

2024年11月22日，乌苏啤酒携手四川燚启大烤餐饮管理有限公司联名打造的“乌苏烧烤宵夜城”在成都张家巷隆重揭幕。“干杯乌苏，夜宵成都”，将成都的夜宵美食文化与乌苏啤酒完美结合，为消费者提供沉浸式品牌体验，强化“硬核乌苏”的品牌认知，并为成都的饮食文化和文旅生活注入了新的活力。



乌苏烧烤·成都宵夜城

案例 重庆啤酒协办重庆火锅博览会，深化“火锅+啤酒”消费场景

2024年10月25日至27日，第九届中国（重庆）国际火锅产业博览会在重庆悦来国际博览中心举行。重庆啤酒作为协办单位，携手重庆火锅博览会打造沉浸式“火锅+啤酒”消费场景，为大家带来一场视觉与味觉相结合的新奇体验。

重庆啤酒作为火锅宴现场唯一指定啤酒，为其提供了全程酒水支持，并派出“辣月飞行队”开展“辣月习俗”的创新体验，带领现场消费者一起划乱劈柴、摇辣签、玩辣子棋，送出一系列重庆啤酒专属定制“辣月好礼”，呈现一站式“吃喝玩乐”的消费体验。重庆啤酒致力于将“吃重庆火锅，喝重庆啤酒”打造为一种重庆饮食文化现象，为重庆火锅产业发展注入新的活力。



重庆火锅博览会现场

多元、平等与包容

员工是企业可持续发展的核心动力。公司倡导多元、平等与包容理念，尊重地域文化差异，始终致力于构建平等开放的工作平台。我们通过持续完善人才发展体系，为员工提供多维成长通道，实现个人价值与企业发展的双向赋能。我们将持续关注员工成长，打造充满活力与创新力的团队，为企业可持续发展奠定坚实基础。

员工尊重与共融

公司以全球视野、多元化人才储备、包容性领导力和平等机会为核心，推动实现多元、平等与包容性的企业愿景。我们遵循集团发布的《人权政策》¹⁴《多元化与包容性政

策》¹⁵《劳工权利政策》¹⁶等政策，为员工营造多元包容的工作环境。

我们在聘用和选拔员工的过程中以价值观、工作表现为核心，避免因种族、宗教信仰、残疾状况、性别、婚姻状况、年龄、社会地位、国籍或性取向以及其他所有当地法律认定不应考虑的因素而产生的任何形式的偏见、骚扰和歧视。

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，积极向社会宣传雇主品牌，持续吸引优秀人才，打造多元化的人才梯队。

公司雇主价值主张



多元、平等与包容 (DEI)

我们通过明确的DEI路线图，努力让每位员工都能在工作中施展才华，感受到归属感与个人价值。公司持续优化管理方式，积极营造开放包容的工作氛围，充分调动员工积极性，不断提升组织效能，为员工成长和公司

发展创造良好环境。公司连续两年荣获国际知名研究机构颁发的“DEI雇主大奖”，在中国区100强企业，排名从2023年的第六位上升至2024年的第四位。

案例 国际妇女节特酿

为致敬女性的多面魅力与无限潜能，我们邀请7位女性酿酒师匠心打造一款致敬女性的精酿啤酒——玫瑰海盐风味精酿啤酒。并将这款产品作为礼物，送给每一位公司的的女同事。这款产品以“可盐可甜”的口感诠释女性兼具温柔与力量的多面性，展现公司打破职业性别偏见，努力构建多元、平等和包容的文化，为女性提供更多的平台和机会，一起酿造更美好的现在和未来。



国际妇女节特酿

¹⁴ https://carlsbergchina.com.cn/media/3qrdy11t/labour-human-rights-policy_eng_sep-2019.pdf

¹⁵ https://carlsbergchina.com.cn/media/aymdlqhx/diversity-inclusion-policy_carlsberg-group.pdf

¹⁶ https://carlsbergchina.com.cn/media/3qrdy11t/labour-human-rights-policy_eng_sep-2019.pdf

多元招聘

我们始终重视人才队伍的多元化和包容性，致力于通过多元化的招聘渠道和策略，吸引、选拔并培养具备出色专业素质的人才。2024年，我们继续深化校园招聘、本地化招聘以及残疾人招聘等多元化举措，进一步彰显公司的社会责任和对包容性发展的承诺。

高校合作：

我们与高校紧密合作，为不同学历和专业的学生提供清晰的职业发展支持，包括简历指导、择业辅导、冠名活动及实习基地共建。同时，我们为应届生提供来自高管的就业建议，并与重点高校共创人才发展课程，帮助学生规划职业路径，为企业储备高质量的未来人才。

残疾人招聘：

我们长期关注残疾人群体的就业平等，持续通过定制化的招聘流程和岗位适配，为残疾人提供就业机会。这一举措不仅体现了我们对社会责任的担当，也进一步丰富了企业文化的多样性。

女性招聘：

我们特别举办了“女性招聘月”活动，重点关注女性就业，为女性提供更多职业发展机会。通过公益直播、等举措，我们致力于消除职场性别偏见，支持女性员工在职场中实现自我价值。

本地化招聘：

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、专场招聘活动等渠道，为当地居民提供就业岗位，提升本地化招聘水平。

性别代表性：

我们致力于构建平等、包容的职场文化，并制定了明确的目标：到2030年，女性在中层及以上管理岗位中的占比将达到三分之一。我们始终坚持男女平等的就业原则，持续关注女性员工在用工、晋升及离职等方面的比例，并通过月度分析和评估，对各层级女性员工占比进行动态监测。针对数据异常情况，我们将及时采取管理措施，以推动职场性别多元化，努力让每位员工都能在工作中施展才华，感受到归属感与个人价值。

中层以上管理岗位女性
员工人数占比

28.8%

女性员工人数占比

29.63%



2024 年女性员工情况

| 指标 | 数据 |
|-----------------|--------|
| 女性员工晋升人数占比 | 32% |
| 管理层岗位女性员工人数占比 | 29.49% |
| 创收职能岗位女性员工人数占比 | 13.8% |
| STEM 岗位女性员工人数占比 | 26.2% |



联手江南大学共推人才发展课程



重庆机电职业技术学院参观工厂



关注女性就业，公益直播

员工培训与发展

我们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，致力于为员工提供丰富多样的培训资源和“酿造无限可能”的发展空间，帮助员工发掘自身潜能，助力员工与公司共同成长，合力酿造一个更美好的现在和未来。

员工职业发展

我们严格执行公平、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，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，并通过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。此外，我们积极构建个人发展计划（IDP），精心设计各层次的人才培养方案和规划，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

我们将员工的学习与发展视为推动企业持续进步的核心动力。面对快速变化的市场环境与技术革新，我们通过线上线下相结合的学习方式，为全体员工提供了广泛而深入的学习机会，助力个人与组织共同成长。

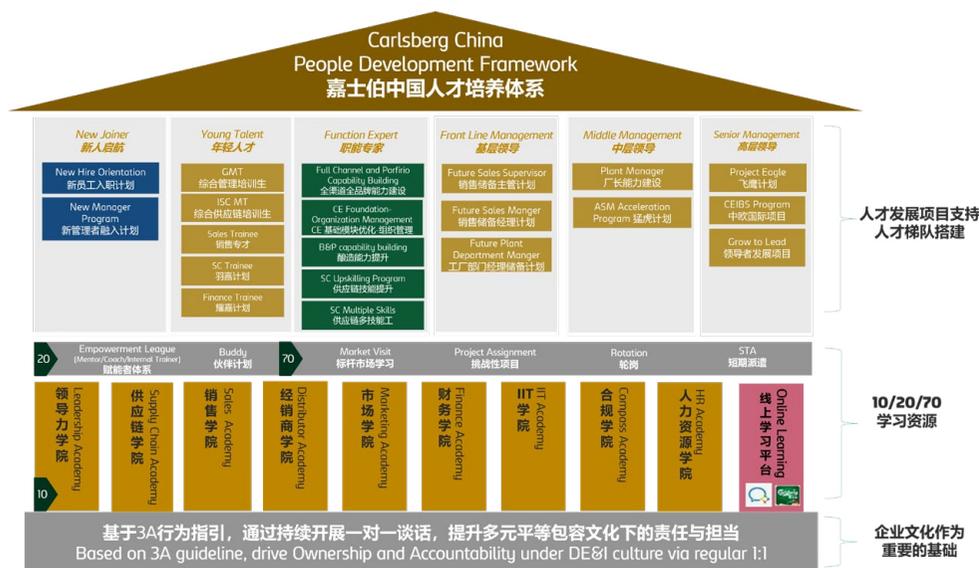
2024年，员工培训总时长超过25万小时，员工培训覆盖率达100%。

在线学习方面，我们在下半年对内部学习平台“嘉油站”进行了全面升级，打造了11个专业学院，涵盖专业技能、管理与领导力、职场通用能力等多个领域。平台汇聚了内外部丰富的课程资源，累计上线超过2,500门课程，满足了员工多样化的学习需求，数字化学习成为员工成长的重要引擎。

线下学习同样取得了显著成效。我们组织了多场针对不同岗位的专业技能培训、跨部门的培训营与工作坊，不仅深化了员工对业务专业知识的掌握，更提升了团队协作效率与凝聚力。在领导力培训方面，我们不仅邀请了业内资深专家进行面对面指导，更培养一批优秀的高管成为内部讲师，分享优秀的管理经验和实务，帮助各级管理人员在战略规划、团队管理等核心能力上实现突破。

同时，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、轮岗等培训方式，充分激发每位员工的个人潜力，帮助员工实现自我价值。



人才培养体系

员工培训总时长超过

25万小时

员工培训覆盖率达到

100%



案例 年轻人才培养项目

公司为年轻人才制定了贴合实际、进阶发展的职业发展体系。在管培生项目中，我们为年轻人才制定“10/20/70”学习框架和成长跟踪体系，提供涵盖商务演讲、项目管理、数据分析、领导力培训等多个维度的培养课程。我们在职业发展、身心健康、专业能力、个人职业素养修炼等方面为年轻人才提供全面保障，助力他们茁壮成长。

为吸引与留存更多新生代员工，我们定期跟进员工的培养计划，根据员工不同的学习发展阶段，分别在公司层面和部门层面开展对应的学习活动和工作坊，持续提升员工的学习动力，提升员工技能，同时促进员工保持较高的敬业度。通过向管理者持续推广包括“新生代画像及职场需

求”“激活新生代”等议题在内的培训工作坊，帮助基层团队管理者提升对新生代员工的了解，促进构建多元、平等、包容，以及正能量和同理心的工作氛围。同时，我们通过定期的伙伴学习与分享，促进各职能年轻人才的交流，加强对各职能业务的了解，培养和提升业务的洞察力，以更全面的视角为公司提供更多创新性的想法。

此外，年轻人才每月接受导师、培养人以及岗位师傅的一对一辅导，并提交学习心得，按季度和年度完成学习汇报。导师和岗位师傅实时追踪年轻人才的成长轨迹，根据年轻人才的发展进度、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。



年轻人才培养项目

员工权益与关怀

我们秉持“以人为本”的原则，畅通员工的沟通渠道，倾听来自员工的声音与反馈，为员工提供公平且有竞争力的薪酬体系、多元的福利与全面的关怀，助力营造良好的职场文化氛围。

员工权益

我们严格遵守集团的《人权政策》¹⁷，注重来自员工的声音，切实保障各项劳工权益。我们致力于发现业务中包含强迫劳动、雇佣童工、结社自由与集体谈判、歧视与骚扰、工作时长和休息休闲的权利、薪酬与福利、职业健康与安全、获取与利用饮用水等8大方面的潜在或实际人权问题及其不利影响，并制定相应的预防与减缓行动。

我们承诺在员工劳动关系期间“零发生”强迫劳动和雇佣童工等违反《人权政策》行为。同时，我们开通了“Speak Up 畅言热线”系统，当员工自身权益受到侵害时，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，公司在业务运营范围内未发现歧视、强迫劳动、雇佣童工或骚扰的现象发生。

¹⁷ <https://www.carlsberggroup.com/media/kibllgxo/carlsberg-human-rights-policy-2024.pdf>

员工沟通

公司高度重视员工的声音，致力于构建多元化的意见表达渠道，努力实现不同层级员工之间的沟通畅通。我们通过开展“领导面对面”论坛、HRBP访谈、直线经理沟通、畅言热线以及员工沟通大会等多种形式的交流活动，广泛收集员工对公司各项工作的意见和建议。同时，我们督促相关职能部门及时回应并落实员工的反馈，全面保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权，营造开放、透明、包容的工作环境。

案例 员工敬业度与 DEI 调研活动

我们非常关注员工体验，每年通过组织“我的心声”员工敬业度与 DEI（多元、平等与包容）调研，持续倾听员工的反馈，深入解读调研报告，并基于结果制定切实可行的改进措施和行动计划，以不断提升员工敬业度。2024年，超过6,000名员工参与了“我的心声”调研，其中中国区员工敬业度调研回复率达99%。调研结果显示，员工敬业度得分为89分，充分体现了员工对公司的信任与认可。

提升员工敬业度流程及举措



“我的心声”调研

“我的心声”调研是我们“持续倾听”的工具，每年开展一次，持续倾听员工关注的各种议题。



解读并分享报告

团队领导们了解并分析他们的团队在调研中所关注的议题，并与员工分享结果。通过持续倾听员工的反馈，使员工感受到被重视。



制定行动方案

团队领导主持并开展关于反馈和改进行动的持续对话。员工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

团队领导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。同时，团队领导和团队成员一起庆祝重要的里程碑，认可大家的努力和成功。

员工薪酬福利

我们调研及对标快速消费品行业，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。

2024年
员工敬业度调研回复率达

99%

员工敬业度调研结果为

89分



公司员工福利构成¹⁸

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

案例 欢乐时光融合员工关怀与品牌文化

在中国区办公室，我们通过定期举办“欢乐时光”活动，将员工关怀与品牌文化紧密结合。活动以公司旗下品牌为主题，通过品鉴、品牌故事分享等形式，让员工深入了解品牌文化，增强认同感。同时，丰富的餐饮选择与互动游戏激发了员工的参与热情，提供了轻松的交流平台，促进跨部门沟通与协作。

“欢乐时光”活动自推出以来深受员工喜爱，参与率持续提升。该活动不仅缓解了工作压力，还增强了团队凝聚力与归属感，为员工创造更加积极、充满活力的工作环境。

¹⁸ 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

我们始终将员工的体验与感受置于首位，致力于传递人文关怀，为员工创造温馨、舒适且充满价值感的工作环境。我们在各业务单元建立了完善的工会体系，全面开展员工权益保护与沟通关怀工作，并组织丰富多彩的员工活动，旨在为每一位员工提供能够充分发挥其潜力的平台。

与此同时，我们高度重视员工的心理健康。自2018年起，公司联合专业心理咨询机构推出员工关怀计划——“心嘉计划”，通过提供多元化的心理健康活动、日常心理咨询

以及专业咨询服务，帮助员工有效调节情绪、缓解工作与生活压力，引导员工以更积极的状态投入工作，持续提升职场体验与幸福感。

未来，我们将继续深化员工关怀举措，为员工创造更加包容、支持与充满活力的工作环境，助力员工与企业的共同成长。



负责任采购

公司致力于与供应链建立长期稳定、互利共赢的合作关系。我们将可持续发展理念融入供应链管理的全流程，持续促进与供应商的协同发展，共同打造高质量的可持续发展的责任供应链。

规范供应商管理

我们严格遵循包括《直接材料质量要求》

《非接触材料供应商质量要求》和《供应商和行为许可准则》¹⁹等在内的集团供应商管理制度，并制定了《重庆啤酒股份有限公司采购政策》，不断完善供应商管理体系。2024年，公司供应商总数约5,000家，其中年度新进供应商约900家。

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、整改和退出等关键节点进行规范管理。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，综合准时交货率、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评估。对于年度绩效评估得分低于80分的供应商，公司在下年度将不再与其进行合作。

我们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。针对审核过程中的发现，

我们进行根本原因分析（RCA），制定并实施相应整改措施，保障供应商食品质量与安全。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。为保障供应链稳定性和连续性，我们每月定期评估关键物料的供应风险，并对存在供应风险的物料实施相应的风险规避措施，同时定期追踪其执行情况。此外，我们定期开展关键供应商审核，针对高风险、高依赖的供应商进行风险规避。



2024年优秀供应商颁奖典礼

¹⁹ <https://carlsbergchina.com.cn/media/trpbw4j/slcoc-v-2019.pdf>

推进负责任采购

我们与供应商签订《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，切实推进责任采购。我们高度关注供应商的产品质量和食品安全表现，要求供应商按照ISO 9001的要求建立质量管理体系。2024年，我们的主要材料供应商中通过ISO 14001环境管理体系认证及通过ISO 9001质量管理体系认证占比均达到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，确保食品安全及质量得到保障，共建稳定、高效、高质量的全流程供应链。2024年，我们针对供应商开展健康、安全、环保等相关培训时长约4,800小时。

此外，我们开展供应商ESG计划，积极推进供应商参与Sedex认证。

2024年4月，参加包材供应商的技术交流活动，探讨环保包装解决方案；

2024年9月，与纸箱供应商交流包装用纸碳中和发展趋势和机会点；

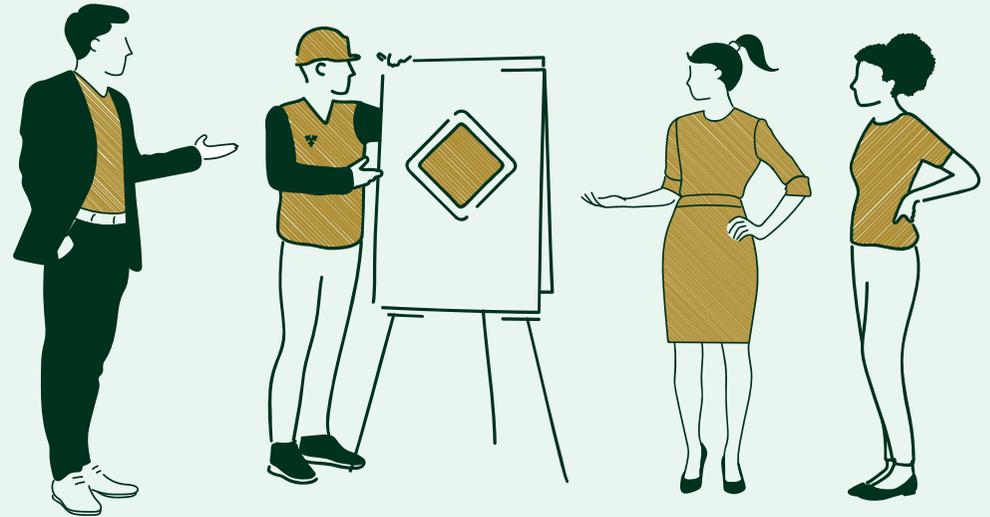
2024年12月，开展供应商大会，表彰优秀供应商，并邀请包材/原料等供应商针对环保与绿色发展进行探讨和交流。

100%

主要材料供应商通过 ISO 14001 认证

100%

主要材料供应商通过 ISO 9001 认证



社区参与

我们主动承担企业社会责任，积极参与各项公益实践，在教育发展、社区公益活动等多个领域中贡献力量。此外，我们积极参与公益慈善捐赠，并号召员工共同参与公益活动，共同履行企业社会责任。

支持教育发展

我们支持教育事业的发展。通过开展爱心助学活动，我们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 21 载

自2004年起，重庆啤酒宜宾公司联合共青团宜宾市委发起“重庆啤酒”爱心助学活动，至今已连续开展21年。活动累计捐款386万元，资助了1,886名品学兼优但家庭经济困难的大学新生，为他们顺利迈入大学校园提供了坚实支持。在第二十一届助学金发放仪式上，40名大学新生接受共20万元助学金。



▼ 奖学金发放仪式

案例 助力产教融合，推动酿造行业创新发展

公司积极探索产教结合，与江南大学深化合作，共同推动人才培养与行业创新发展。2023年，嘉士伯酒类风味品尝实验室落户江南大学，助力高校基础研究与教育建设。2024年，公司连续第二年在江南大学设立嘉士伯奖学金，资助36位品学兼优的学子，总额达15万元，为酿造行业高质量发展贡献力量。



▼ 江南大学生物工程学院第二届嘉士伯奖学金仪式

传递社区温暖

我们积极参与社区公益活动与建设，向社区相关单位开展慰问与捐赠活动，用实际行动回馈社会，传递善意与温暖。

案例 助力全南县“母亲健康快车”

2024年3月22日，公司携手全南县妇联，在广州总部举行“母亲健康快车”捐赠仪式，捐赠资金13.8万元，用于改善全南县妇女儿童健康状况，助力乡村振兴。

“母亲健康快车”项目将通过义诊、健康教育、筛查服务等形式，为全南县妇女儿童提供宫颈癌、乳腺癌筛查及孕产健康服务，切实提升基层保健水平，保障母婴安全。

公司的爱心善举为全南县妇女儿童带来了健康福祉的同时，亦为乡村振兴注入了新的动力，展现了企业回馈社会的责任与担当。

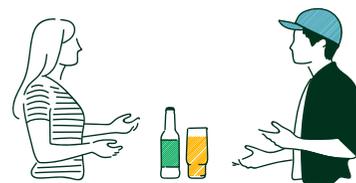


“母亲健康快车”项目捐赠仪式

助力文化传播

我们始终品牌基因与差异化价值为核心，构建更契合中国消费者情感共鸣的沟通体系。通过深度挖掘不同地域的文化精髓，我

们巧妙地将东方美学融入产品设计之中，并持续打造多元化的营销体验，让传统文化在当代语境下绽放全新活力。



案例 嘉士伯品牌传承木龙之年文化

2024年木龙之年，嘉士伯品牌与插画艺术家胡云峰合作推出龙年新春限定包装，以创新设计传递中华传统文化之美。这一设计不仅赋予嘉士伯啤酒深厚的文化内涵，更通过艺术化的表达，将中国传统文化传播到更广泛的消费群体中。嘉士伯以啤酒为媒介，传递新春祝福，同时弘扬中华文化，为消费者带来一场视觉与味觉的双重文化体验，共迎祥瑞木龙之年。



产品设计图

合规管理

公司始终秉持诚信为本的经营原则，时刻关注企业的风险管理，严守商业道德底线，持续健全合规有效的公司治理体系，提升公司治理能力，确保企业长期稳定、可持续发展，全力营造依法合规、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，提高信息披露透明度，持续加强风险预防和控制能力，通过构建完善的治理架构，加强及完善内部治理，保障公司稳健发展。

董事会有效性

我们高度重视董事会有效性和多元化，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、风险管理等多方面的专业知识与经验。同时，我们积极开展管理层多元化培训活动及内外部会议，促进公司治理水平稳健提升。2024年，我们共召开6次董事会会议，5次监事会会议，4次股东大会，审计委员会会议6次，薪酬与考核委员会会议3次，战略与发展委员会会议1次，独立董事专门会议5次。

每次定期报告披露后，公司及时有效地召开了全网公开的业绩说明会，连续两年入选中

国上市公司协会年报业绩说明会最佳实践。

公司的投资者关系团队与投资者也保持了积极的交流，积极参加券商策略会、接待投资者来访、参加路演和反路演工作。同时，公司也积极参加券商在新加坡、中国香港等地组织的策略会，与海外的机构投资者也保持了畅通的沟通与交流。

通过在京A精酿餐吧，乌苏大烤等地开展投资者品鉴会，使投资者可以切实感受啤酒和消费场景的结合，对公司的产品、品牌调性，以及公司战略等有了更全面的认识。

董事会严格规范公司信息披露工作，以保障向资本市场提供公开、完整、透明、有效的公司信息。2024年，公司完成4个定期报告和36个临时公告披露工作。

2024年，我们共召开

6 次董事会会议

5 次监事会会议

4 次股东大会

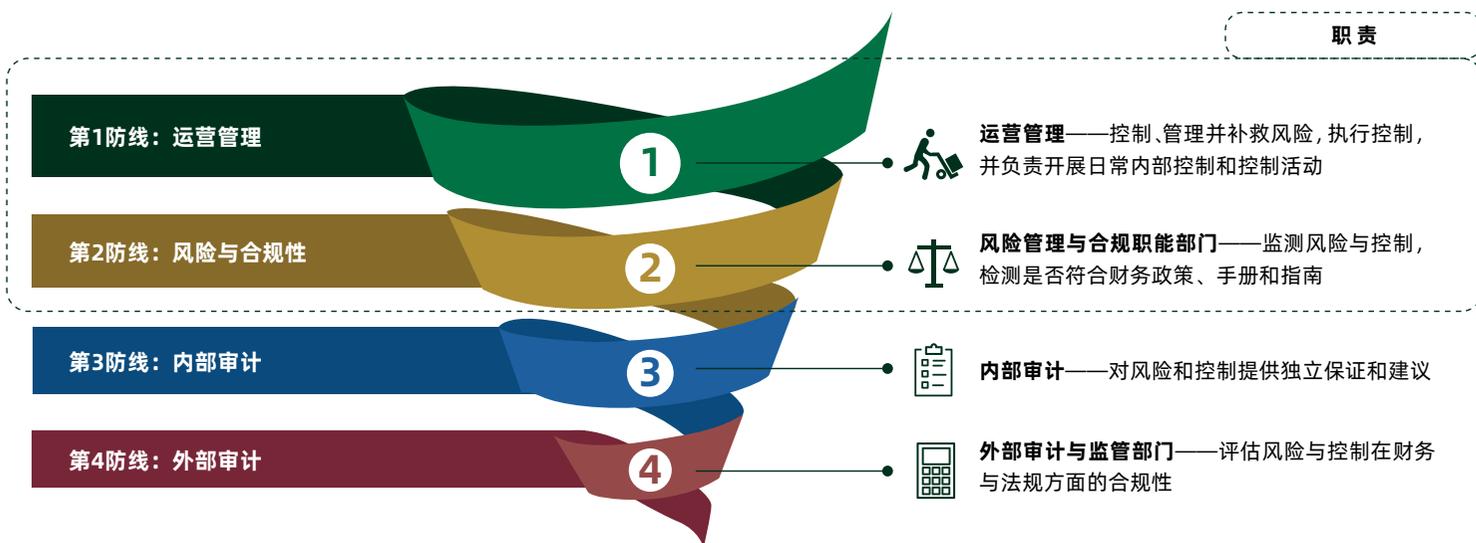


风险管理及控制

风险管理是企业实现可持续发展的关键保障。我们高度重视企业风险管理，通过构建系统化、常态化的风险管理体系，将风险管理深度融入企业运营和业务发展的各个环节。为确保风险管控的有效性，我们建立了运营管理、风险与内部审计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，并向公司风险管理小组进行季度汇报。

我们制定《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，保障公司风险处于可控范围内。此外，我们针对ESG风险定期开展评估，并制定缓解举措，有效规避和减轻ESG相关风险。2024年，公司内部审计团队持续对全业务流程开展内部控制测试，并跟进完成流程优化。

同时，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，此外，我们亦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4,100余人次。



商业道德专题培训共计

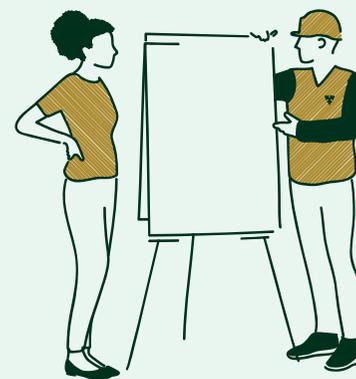
1,554 员工人次参与

反贪腐专题培训共计

2,282 员工人次参与

竞争法合规专题培训共计

337 员工人次参与



商业道德

“根据指南行事”是公司业务开展的核心准则。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》《反腐败政策》²⁰《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，明确规定员工、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。

我们建立完善的商业道德管理体系，由公司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汇报。此外，我们定期开展反贿赂、反腐败等商业道德相关审计，有效监督商业道德治理体系的有效性。

反贿赂与腐败

我们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，我们建立利益冲突申报机制，规定新入职员工及在职员工均需按要求填写利益冲突申报

表，最大限度规避因利益冲突损害公司利益的风险。同时，我们对利益冲突事件进行及时处理，有效维护企业利益。2024年，公司利益冲突申报人数为1,047人，覆盖率为100%。本年度，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《供应商和行为许可准则》，以及遵循所在地区相关法律规定。2024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

我们制定《畅言热线手册》，设立包括邮件、电话、第三方匿名举报平台“Speak up畅言热线”等多种举报渠道，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。我们规范举报机制以及处理标准，在接收举报信息后，将由专职调查人员负责收集和分析相关线索，按照严格保密的原则与举报人进行访谈；同时，我们严格保护举报者的个人信息，通过特定程序保障举报人的信息

得到严格保密，确保举报人的权益不被侵犯，以及不受到任何形式的打击报复。

反腐败意识提升

我们重视培养员工的商业道德素养，多措并举提升员工廉洁自律、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，致力于打造一个廉洁、公正、诚信的运营环境。

2024年，公司重大腐败事件发生率为

0

2024年，公司涉及司法案件为

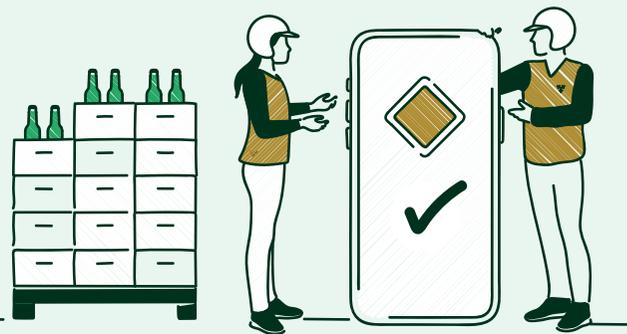
0

供应商商业道德条款签订率

100%

供应商廉洁协议签订率

100%



²⁰ https://carlsbergchina.com.cn/media/2halxquw/anti-bribery-corruption-policy_eng_aug-2019.pdf

数据安全与隐私保护

公司高度重视信息安全与隐私保护，致力于保障企业和员工、承包商、供应商、消费者及合作伙伴等利益相关方的信息安全与隐私权益。

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架构。2024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

我们高度重视消费者的个人隐私信息保护工作，制定《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、邮箱等多种反馈渠道，全面保障消费者对其个人信息的知情权和控制权等相关权益，防止个人隐私信息遭到侵犯。

数据安全意识培训

为提升全体员工数据安全与隐私保护意识，我们要求所有新入职员工在入职后的30天内完成信息安全培训，全体员工至少每三年

再重新学习一遍该课程。此外，我们对关键岗位人员进行更严格的管控，定期为他们开展信息安全教育及培训，提升关键岗位人员对员工及消费者个人信息的保护意识与技能水平。

数据安全管理体系

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。

数据保护措施

我们在设计开发核心应用程序和系统时，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。

应急响应机制

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。

数据安全评估

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。

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，加强与行业组织、协会、政府主管部门以及媒体之间的合作，现已加入中国酒业协会啤酒分会、T541标准委员会、中国外商投资企业协会优质品牌保护工作委员会和丹麦王国驻中国大使馆知识产权联盟。

我们建立知识产权保护机制，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、风险防控等流程的原则和标准，严格规范知识产权管理工作。同时，为激励员工创新研发动力，我们设立个人先锋奖、666金点子等多个内部奖项。

此外，公司与第三方专业机构合作开展对市场侵权行为的监测，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。2024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58起，有效维护企业自身合法权益。

案例 “乌苏” 商标维权告捷

2024年4月，公司起诉乌苏啤酒（南京）有限公司等侵犯商标权及不正当竞争的民事诉讼案件被最高人民法院评为“优化法治化营商环境的典型案列”，并入选多个法院的年度知识产权保护十大典型案例。该案经江苏省高级人民法院审结，认定“乌苏”啤酒侵犯了公司的“乌苏”等商标权，且“乌苏”啤酒的包装装潢与公司乌苏啤酒红罐装整体高度近似，构成不正当竞争。据此法院判决乌苏啤酒（南京）有限公司等停止侵害公司的“乌苏”系列商标权，停止使用与公司乌苏产品近似的包装装潢，停止使用并变更“乌苏啤酒（南京）有限公司”的企业名称，刊登声明消除影响，并判决赔偿公司208万元。

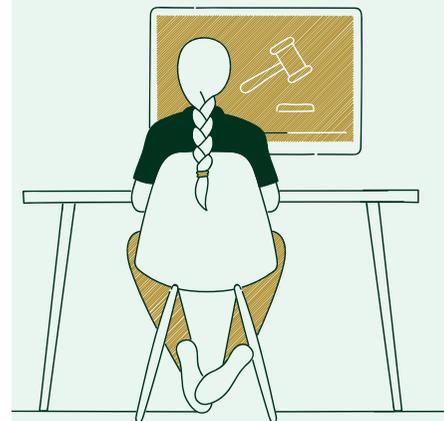
本案经中央电视台、人民法院报等多家主流媒体报道，具有深远的社会意义。本案不仅维护了消费者合法权益及公司旗下“乌苏啤酒”的品牌形象，更彰显了公司打击品牌侵权行为的决心。



乌苏起诉乌苏案新闻报道

知识产权成果

| | 截至 2024 年底累计 获取数量 | 2024 年 获取 数量 | 2024 年 新增 申报 数量 |
|-----|-------------------|--------------|-----------------|
| 专利 | 143 | 5 | 4 |
| 著作权 | 116 | 28 | 28 |
| 商标 | 616 | 30 | 111 |



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。我们深知与经销商保持良好沟通的重要性，充分尊重并认可每一位经销商，致力于搭建与经销商稳固、高效的沟通桥梁，保障销售网络的品质与高效运作，确保消费者享有优质服务体验。

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标准、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，我们要求所有经销商都必须签署承诺函，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，确保经销商基于公平公正的原则开展销售活动，保障经销商的产品和服务质量，提升市场竞争力，实现经销商与企业协同发展。

经销商考核评估

为规范管理经销商行为，我们针对经销商入库建立相应的考核评估机制。在经销商

履约阶段，我们从经销商的经营表现、业务能力、渠道管理、仓储物流及数据四个维度，对经销商进行季度与年度的综合考核与评估。针对合作过程中存在违规行为与重大恶意行为的经销商，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。

经销商能力培养

经销商伙伴的支持和付出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。我们对经销商实行分级管理，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。此外，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。

经销商服务培训

我们建立多元化经销商沟通渠道，包括经销商大会、月度拜访、满意度调查等，并通过开展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，携手经销商伙伴合作共赢。2024

年，我们面向销售和经销商共开展了线下培训322场，总参训16,236人次；活跃销售内训师137人；“嘉油站”月均活跃率90.8%，总学习时长85,033小时；上线精

品课程26门，总学习471,176人次；线上直播9场，总学习13,203人次；开展活动竞赛3场，总参与8,837人次。

面向销售和经销商共开展了线下培训

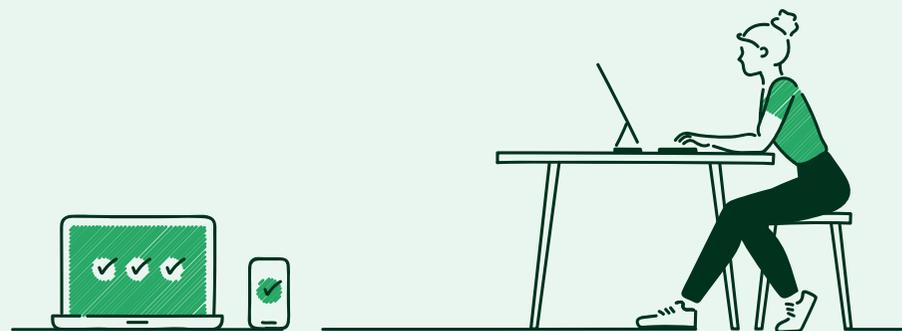
322 场

总参训

16,236 人次

活跃销售内训师

137 人



附录

第三方评价

2024年是重庆啤酒迈入“嘉速扬帆”新阶段的重要一年。面对复杂多变的市场环境，重庆啤酒以“共同迈向并超越零目标”为核心，系统展现了企业在环境、社会及管治领域的战略布局与实践成果，充分体现了行业标杆的引领作用。

从《重庆啤酒2024年ESG报告》可见，重庆啤酒战略定位清晰，构建覆盖“零碳足迹”、“零水浪费”、“零包装浪费”等六大目标的全价值链的ESG治理体系，与国家“双碳”战略契合。重庆啤酒ESG治理成果不仅体现在MSCI ESG评级跃升至AA级，更通过技术创新和生态共建引领行业高质量发展。

环境责任方面，重庆啤酒绿电使用率100%，碳排放较2015年减少76.7%，全价值链碳减排成效显著。佛山三水生产基地作为嘉士伯全球首个“海绵酒厂”，技术应用与资源利用效率居行业前列，成为绿色制造典范。

社会责任方面，重庆啤酒理性饮酒倡导覆盖

全国，公益投入持续增长（如“母亲健康快车”项目），员工培训覆盖率100%，安全管理体系完善（损失工时事故数下降92%）。积极践行“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。

在公司治理方面，重庆啤酒治理结构透明高效，三级ESG管理体系（总裁-TTZAB牵头人-执行负责人）实现战略到执行的高效传导，ESG治理架构与风险管理机制健全，展现了高水平的企业管理实践。

报告建议：

深化全价值链减碳。2024年重庆啤酒水耗明显降低，节水技术持续领先，范围1+2碳排放显著降低。包装轻量化与循环回收成效显著。未来，仍可在以下几方面持续深耕。如推进供应链上游低碳化；制定易拉罐再生成

分占比提升计划；强化水资源管理，量化生态修复成果；推动物流车队电动化。

消费场景重构，提升公益品牌差异化。建议重庆啤酒持续挖掘本土文化符号，将公益项目与地域特色深度绑定，通过限定产品、文化体验活动等形式，塑造差异化公益品牌形象，增强消费者情感认同。同时，联合行业协会、环保组织等多方力量，围绕水资源保护、文化遗产等议题设计公益行动，通过资源共享与联合传播，提升公益项目的社会价值与行业示范性。

科技赋能，打造行业数智化标杆。数智化已经成为企业培育新质生产力的重要路径。建议重庆啤酒构建覆盖原料种植、酿造工艺、包装物流的全价值链数智化平台，实时采集生产数据，引入AI算法优化工艺参数，实现精准降本增效。

2024年，中国酒业协会发布了《酒类企业ESG披露指南》和《酒类企业ESG评价指

南》，为行业提供了规范化指导。重庆啤酒在最新的ESG报告中也参照了相关指南，展现了其在环境保护、社会责任和公司治理方面的卓越实践。总体来看，重庆啤酒2024年ESG报告彰显企业责任担当，为行业高质量发展提供重要参考。未来，期待其持续引领行业ESG实践，带动更多酒企共促绿色可持续发展。



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 2024 年 1 月 1 日至 2024 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 | 20 | | 2/20 确定薪酬的程序 | 多元、平等与包容 |
| 2 | | 2/2 纳入组织可持续发展报告的实体 | 关于我们 | 21 | | 2/21 年度总薪酬比率 | 多元、平等与包容 |
| 3 | | 2/3 报告期、报告频率和联系人 | 关于本报告 | 22 | GRI2: 一般披露 | 2/22 关于可持续发展战略的声明 | 关于我们 |
| 4 | | 2/4 信息重述 | 关于本报告 | 29 | | 2/29 利益相关方参与的方法 | 利益相关方沟通 |
| 5 | | 2/5 外部鉴证 | 第三方评价 | 30 | | 2/30 集体谈判协议 | 多元、平等与包容 |
| 6 | | 2/6 活动、价值链和其他业务关系 | 关于本报告 | 31 | GRI3: 实质性议题 | 3/1 确定实质性议题的过程 | 双重重要性评估 |
| 7 | | 2/7 员工 | 零事故文化 多元、平等与包容 | 32 | | 3/2 实质性议题清单 | 双重重要性评估 |
| 8 | GRI2: 一般披露 | 2/8 员工之外的工作者 | 零事故文化 多元、平等与包容 | 33 | | 3/3 实质性议题的管理 | 双重重要性评估 |
| 9 | | 2/9 管治架构和组成 | ESG 治理 | 42 | GRI204: 采购实践 | 204/1 向当地供货商采购支出的比例 | 负责任采购 |
| 11 | | 2/11 最高管治机构的主席 | ESG 治理 | 43 | GRI205: 反腐败 | 205/1 已进行腐败风险评估的运营点 | 合规管理 |
| 12 | | 2/12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用 | ESG 治理 | 44 | | 205/2 反腐败政策和程序的传达及培训 | 合规管理 |
| 13 | | 2/13 为管理影响的责任授权 | ESG 治理 | 45 | | 205/3 经确认的腐败事件和采取的行动 | 合规管理 |
| 14 | | 2/14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用 | 主席致辞 | 46 | GRI206: 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 |
| 15 | | 2/15 利益冲突 | 合规管理 | 47 | GRI301: 物料 | 301/1 所用物料的重量或体积 | 零包装浪费 |
| 16 | | 2/16 重要关切问题的沟通 | 关于我们 | 48 | | 301/2 所使用的回收进料 | 零包装浪费 |
| 19 | | 2/19 薪酬政策 | 多元、平等与包容 | 49 | | 301/3 回收产品及其包装材料 | 零包装浪费 |

| 序号 | 指标 | 指标说明 | 对应章节 | 序号 | 指标 | 指标说明 | 对应章节 |
|----|------------------|---|-------|----|--------------------------|---------------------------------------|---------------------|
| 50 | GRI302: 能源 | 302/1 组织内部的能源消耗量 | 零碳足迹 | 69 | GRI305: 排放 | 305/6 臭氧消耗物质 (ODS) 的排放 | 零碳足迹 |
| 51 | | 302/2 组织外部的能源消耗量 | 零碳足迹 | 70 | | 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 |
| 52 | | 302/3 能源强度 | 零碳足迹 | 71 | GRI306: 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 |
| 53 | | 302/4 减少能源消耗量 | 零碳足迹 | 72 | | 306/2 废弃物相关重大影响的管理 | 排放管理 |
| 54 | | 302/5 降低产品和服务的能源需求 | 零碳足迹 | 73 | | 306/3 产生的废弃物 | 排放管理 |
| 55 | GRI303: 水资源 | 303/1 组织与水的相互影响 | 零水浪费 | 74 | | 306/4 从处置中转移的废弃物 | 排放管理 |
| 56 | | 303/2 管理与排水相关的影响 | 零水浪费 | 75 | | 306/5 进入处置的废弃物 | 排放管理 |
| 57 | | 303/3 取水 | 零水浪费 | 76 | GRI307: 环境合规 | 307/1 违反环境法律法规 | 零碳足迹 |
| 58 | | 303/4 排水 | 零水浪费 | 77 | | GRI308: 供货商环境评估 | 308/1 使用环境标准筛选的新供货商 |
| 59 | | 303/5 耗水 | 零水浪费 | 78 | 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 | GRI304: 生物多样性 | 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 | 79 | GRI401: 雇佣 | 401/1 新进员工和员工流动率 | 多元、平等与包容 |
| 61 | | 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 | 80 | | 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 | | 304/3 受保护或经修复的栖息地 | 零农业足迹 | 81 | | 401/3 育儿假 | 多元、平等与包容 |
| 63 | | 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 | 83 | GRI403: 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 | GRI305: 排放 | 305/1 直接 (范畴 1) 温室气体排放 | 零碳足迹 | 84 | | 403/2 危害识别、风险评估和事件调查 | 零事故文化 |
| 65 | | 305/2 能源间接 (范畴 2) 温室气体排放 | 零碳足迹 | 85 | | 403/3 职业健康服务 | 零事故文化 |
| 66 | | 305/3 其他间接 (范畴 3) 温室气体排放 | 零碳足迹 | 86 | | 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 | | 305/4 温室气体排放强度 | 零碳足迹 | | | | |
| 68 | | 305/5 温室气体减排量 | 零碳足迹 | | | | |

| 序号 | 指标 | 指标说明 | 对应章节 |
|-----|-------------------------|-------------------------------|----------|
| 87 | | 403/5 工作者职业健康安全培训 | 零事故文化 |
| 88 | | 403/6 促进工作者健康 | 零事故文化 |
| 89 | GRI403: 职业健康与安全 | 403/7 预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响 | 零事故文化 |
| 90 | | 403/8 职业安全卫生管理系统所涵盖之工作者 | 零事故文化 |
| 91 | | 403/9 工伤 | 零事故文化 |
| 92 | | 403/10 工作相关的健康问题 | 零事故文化 |
| 93 | | 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 |
| 94 | GRI404: 培训与教育 | 404/2 员工技能提升方案和过渡协助方案 | 多元、平等与包容 |
| 95 | | 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 |
| 96 | GRI405: 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 |
| 97 | | 405/2 男女基本工资和报酬的比例 | 多元、平等与包容 |
| 98 | GRI406: 反歧视 | 406/1 歧视事件及采取的纠正行动 | 多元、平等与包容 |
| 100 | GRI408: 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 |

| 序号 | 指标 | 指标说明 | 对应章节 |
|-----|--------------------|--------------------------------|---------------------|
| 101 | GRI409: 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 |
| 104 | | 412/1 接受人权审查或影响评估的运营点 | 多元、平等与包容 |
| 105 | GRI412: 人权评估 | 412/2 人权政策或程序方面的员工培训 | 多元、平等与包容 |
| 106 | | 412/3 包含人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约 | 多元、平等与包容 |
| 109 | | GRI414: 供货商社会评估 | 414/1 使用社会标准筛选的新供货商 |
| 110 | | 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 |
| 112 | GRI416: 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 |
| 113 | | 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 |
| 114 | GRI417: 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 |
| 115 | | 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 |
| 116 | | 417/3 涉及市场营销的违规事件 | 零非理性饮酒 |
| 117 | GRI418: 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 |

上交所 ESG 制表索引

| 维度 | 序号 | 议题 | 对应条款 | 对应章节 |
|----|----|--------------|-------------|----------|
| 环境 | 1 | 应对气候变化 | 第二十一条至第二十八条 | 零碳足迹 |
| | 2 | 污染物排放 | 第三十条 | 排放管理 |
| | 3 | 废弃物处理 | 第三十一条 | 排放管理 |
| | 4 | 生态系统和生物多样性保护 | 第三十二条 | 零农业足迹 |
| | 5 | 环境合规管理 | 第三十三条 | 零碳足迹 |
| | 6 | 能源利用 | 第三十五条 | 零碳足迹 |
| | 7 | 水资源利用 | 第三十六条 | 零水浪费 |
| | 8 | 循环经济 | 第三十七条 | 零包装浪费 |
| 环境 | 9 | 乡村振兴 | 第三十九条 | 社区参与 |
| | 10 | 社会贡献 | 第四十条 | 社区参与 |
| | 11 | 创新驱动 | 第四十二条 | 合规管理 |
| | 12 | 科技伦理 | 第四十三条 | 合规管理 |
| | 13 | 供应链安全 | 第四十五条 | 负责任采购 |
| | 14 | 平等对待中小企业 | 第四十六条 | 负责任采购 |
| | 15 | 产品和服务安全与质量 | 第四十七条 | 产品与服务 |
| | 16 | 数据安全与客户隐私保护 | 第四十八条 | 合规管理 |
| | 17 | 员工 | 第五十条 | 多元、平等与包容 |
| 治理 | 18 | 尽职调查 | 第五十二条 | 合规管理 |
| | 19 | 利益相关方沟通 | 第五十三条 | 关于我们 |
| | 20 | 反商业贿赂及反贪污 | 第五十五条 | 合规管理 |
| | 21 | 反不正当竞争 | 第五十六条 | 合规管理 |

中国酒类企业 ESG 披露指标索引

| 序号 | 维度 | 一级指标 | 二级指标 | 对应章节 |
|----|------|------|---------------|---------------------|
| 1 | 环境 | 环境管理 | 环境管理制度和组织架构 | 零碳足迹 排放管理 |
| 2 | | | 环境风险防控与突发事件处理 | 排放管理 |
| 3 | 资源消耗 | | 能源 | 零碳足迹 |
| 4 | | | 水资源 | 零水浪费 |
| 5 | | | 原料物料 | 零农业足迹 |
| 6 | | | 废弃物 | 排放管理 |
| 7 | | | 包装材料 | 零包装浪费 ESG 关键指标绩效 |
| 8 | | | 废水 | 排放管理 |
| 9 | | | 废气 | 排放管理 |
| 10 | 污染防治 | | 固体废物 | 排放管理 |
| 11 | | | 噪声污染 | 排放管理 |
| 12 | 气候变化 | | 气候变化风险管理 | 零碳足迹 |
| 13 | | | 温室气体排放 | 零碳足迹 |
| 14 | | | 低碳发展 | 零碳足迹 |
| 15 | 生态保护 | | 土地利用 | 零农业足迹 |
| 16 | | | 生物多样性 | 零农业足迹 |
| 17 | 社会 | 产品责任 | 生产规范 | 零事故文化 |
| 18 | | | 产品质量安全 | 产品与服务 |
| 19 | | | 负责任营销 | 零非理性饮酒 |
| 20 | | | 客户服务与权益 | 产品与服务 |
| 21 | | | 供应链管理 | 供应商管理 |

| 序号 | 维度 | 一级指标 | 二级指标 | 对应章节 |
|----|------|-------|---------|------------------------|
| 22 | 社会 | 供应链管理 | 供应链环节管理 | 负责任采购 |
| 23 | | | 员工招聘与就业 | 多元、平等与包容 ESG 关键指标绩效 |
| 24 | 社会 | 员工权益 | 员工福利与保障 | 多元、平等与包容 |
| 25 | | | 员工安全与健康 | 零事故文化 |
| 26 | | | 员工发展 | 多元、平等与包容 |
| 27 | 社会影响 | | 社会担当 | 社区参与 |
| 28 | | | 社区建设 | 社区参与 |
| 29 | 公司治理 | 治理结构 | 股东（大）会 | 合规管理 |
| 30 | | | 董事会 | 合规管理 |
| 31 | | | 监事会 | 合规管理 |
| 32 | | | 高级管理层 | 合规管理 |
| 33 | | | 合规管理 | 合规管理 |
| 34 | | | 风险管理 | 合规管理 |
| 35 | | | 监督管理 | 合规管理 |
| 36 | 治理机制 | | 信息披露 | 利益相关方沟通 合规管理 |
| 37 | | | 高管激励 | 多元、平等与包容 |
| 38 | 治理效能 | | 商业道德 | 合规管理 |
| 39 | | | 创新发展 | 合规管理 |
| 40 | | | 可持续发展 | ESG 计划 |

ESG 关键指标绩效

| 范畴 | 指标 | 单位 | 2024年 |
|--------|-----------------------|--------------|--------------|
| 温室气体排放 | 使用天然气排放的二氧化碳 | 吨二氧化碳 | 75,622.75 |
| | 使用污水处理厂产生的沼气所排放的二氧化碳 | 吨二氧化碳 | 0.22 |
| | 区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统） | 吨二氧化碳 | 22,111.35 |
| | 所用热能产生的二氧化碳排放量 | 吨二氧化碳 | 97,734.31 |
| | 酒厂总二氧化碳排放量 | 吨二氧化碳 | 101,171.13 |
| | 制冷剂的二氧化碳排放量 | 吨二氧化碳 | 3,436.82 |
| | 温室气体排放量（范围 1） | 吨二氧化碳 | 79,059.78 |
| | 温室气体排放量（范围 2） | 吨二氧化碳 | 22,111.35 |
| | 温室气体排放总量（范围 1+2） | 吨二氧化碳 | 101,171.13 |
| | 温室气体排放（范围 1+2）强度 | 吨二氧化碳 / 万元营收 | 0.07 |
| 生产能耗 | 摄于天然气的能量 | MWh | 373,077.18 |
| | 污水处理厂产生的沼气的能量 | MWh | 977.80 |
| | 区域供热（来自标准供热系统）热量 | MWh | 75,208.69 |
| | 总电耗 | MWh | 169,004.17 |
| | 总热能消耗 | MWh | 449,263.67 |
| | 直接能源消耗量 | MWh | 376,639.63 |
| | 间接能源消耗量 | MWh | 241,628.21 |
| | 综合能耗消耗量 | MWh | 618,267.84 |
| | 综合能耗消耗强度 | MWh/万元营收 | 0.42 |
| | 可再生电力百分比 | % | 100 |
| 水资源消耗 | 自备井水 | 立方米 | 324,303.00 |
| | 城市自来水用量 | 立方米 | 5,461,339.87 |
| | 地表水 | 立方米 | 402,551.00 |
| | 总取水量 | 立方米 | 6,188,193.87 |
| | 酒厂总耗水量 | 立方米 | 6,047,607.98 |
| | 总耗水强度 | 立方米 / 万元营收 | 4.13 |
| | 中水回用量 | 万吨 | 22.56 |

| 范畴 | 指标 | 单位 | 2024年 |
|-------|--------------------------|----------|--------------|
| | 氨氮 | 吨 | 16.36 |
| | 总磷 | 吨 | 6.06 |
| | 悬浮物 | 吨 | 132.63 |
| | 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 | 0.95 |
| | 原污水的平均 COD | 克 / 立方米 | 79,246.67 |
| | 污水总排放量 | 立方米 | 2,750,942.48 |
| 废弃物排放 | 有害废弃物排放总量 | 吨 | 464.62 |
| | 有害废弃物排放密度 | 吨 / 万元营收 | 0.0003 |
| | 无害废弃物排放总量 | 吨 | 109,354.79 |
| | 无害废弃物排放密度 | 吨 / 万元营收 | 0.07 |
| 废气排放 | 黑烟（粉尘） | 吨 | 15.81 |
| | 硫氧化物 SO _x 排放量 | 吨 | 1.81 |
| | 氮氧化物 NO _x 排放量 | 吨 | 40.74 |
| 包材管理 | 金属类 | 吨 | 33,602 |
| | 玻璃类 | 吨 | 589,411 |
| | 塑料类 | 吨 | 8,386 |
| | 纸类 | 吨 | 119,173 |
| 安全生产 | 员工损失工时的受伤事故数 | 起 | 2 |
| | 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 |
| | 工伤保险投入金额 | 万元 | 530.83 |
| | 工伤保险人员覆盖率 | % | 100 |
| | 安全生产责任险的投入金额 | 万元 | 98.83 |
| | 安全生产责任险人员覆盖率 | % | 100 |

| 范畴 | 指标 | 单位 | 2024年 | |
|-----------------|---------------------|--------|-------|------|
| 员工人数 | 员工总人数 | 人 | 6,861 | |
| | 新进员工总人数 | 人 | 824 | |
| | 男性员工人数 | 人 | 4,827 | |
| | 女性员工人数 | 人 | 2,034 | |
| | 永久员工 | 人 | 6,769 | |
| | 临时员工 | 人 | 92 | |
| | 全职员工 | 人 | 6,769 | |
| | 兼职员工（含实习生） | 人 | 92 | |
| | 19/29岁 | 人 | 1,225 | |
| | 30/39岁 | 人 | 2,680 | |
| | 40/49岁 | 人 | 1,841 | |
| | 50岁及以上 | 人 | 1,115 | |
| | 员工流失率 ²² | 员工总流失率 | % | 13.8 |
| | | 男性 | % | 69.4 |
| 女性 | | % | 30.6 | |
| 19-29岁 | | % | 32.3 | |
| 30-39岁 | | % | 34.9 | |
| 40-49岁 | | % | 13.7 | |
| 50岁及以上 | | % | 19.1 | |
| 员工培训平均时长 | 小时 | 37 | | |
| 集体谈判员工比例 | % | 52.2 | | |
| 签订合法劳务关系的在职员工比例 | % | 100 | | |

²¹ 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。

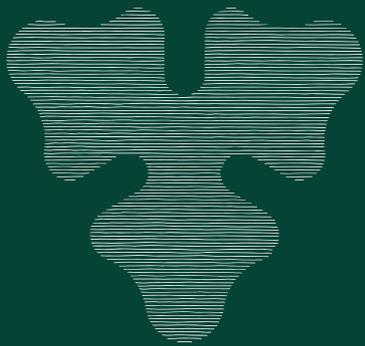
BREWING

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企业事务副总裁 |
| 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高级企业事务经理 |
| 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 |