

2013 青岛啤酒股份有限公司 可持续发展报告





关于本报告

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第六份可持续发展年度报告。报告数据和信息涵盖青岛啤酒股份有限公司54家全资、控股的啤酒生产企业及11家联营啤酒生产企业，2013年1月1日至2013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2013年。

编制原则

本报告参考《全球报告倡议组织（GRI）G3.1》、《山东省企业环境报告书编制指南》及食品饮料行业相关补充指引的要求编制，同时满足上海证券交易所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》和国资委关于发布社会责任报告的相关要求。



内容选择

报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循G3.1指南的重要性、完整性、可比性原则，从经济、社会和环境等多方面进行陈述，重点报告了青岛啤酒在产品、环境、社区、员工以及商业伙伴等方面的可持续发展责任。本报告的数据和信息收集工作按公司现有工作流程进行。

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

报告以印刷版和网络版两种形式发布。网络版可在本公司网站查阅（网址：www.tsingtao.com.cn）。报告语言为中英文两种，在对两种文本的理解上发生歧义时，请以中文文本为准。

目录

04-07

可持续发展指标
领导致词

14

110年
只为酿造好啤酒

08-13

关于我们

22

绿色酿造
与自然共生长

30

用爱
传递正能量

46-48

2013年荣誉
您的反馈

38

共创和谐
价值链

49-52

附录：GRI指标索引

青岛啤酒可持续发展指标

可持续发展是青岛啤酒的长期奋斗目标。通过下列指标，大家可以了解到在2013年我们的努力、我们的成绩和我们的不足，希望对我们今后的工作给予更多建议、鼓励和支持。

经济责任指标

指标	2009	2010	2011	2012	2013
销售量（万千升）	591	635	715	790	870
营业收入（亿元）	180.26	198.98	231.58	257.82	282.91
归属上市公司股东净利润（亿元）	12.50	15.20	17.38	17.59	19.73
纳税总额（亿元）	41.61	43.42	51.57	56.88	55.59
每股盈利（元）	0.9503	1.125	1.286	1.302	1.461

环境责任指标

2013年单位产品耗水量
同比2012年下降

7.3%



单位产品耗标煤量
同比2012年下降

7.2%



单位产品耗电量
同比2012年下降

4.3%



2013年单位产品
COD排放量同比2012年下降

6.9%



2013年千升冷麦汁二氧化碳
回收量同比2012年提高

8.5%



社会责任指标

2013年共计捐款

1229.32

万元

公司员工人数
单位：人

37743 40429 42235



2013年总工伤率
同比2012年下降

16.7%



2013年工伤次数
同比2012年下降

21.2%



2013年，青岛啤酒上市20年，A股、H股股价均创历史新高，被誉为中国企业“价值投资的典范”。

全球啤酒行业权威报告Barth Report依据产量排名，青岛啤酒为世界**第六大**啤酒厂商

2013年最新发布的“中国500强最具价值品牌榜”中，青岛啤酒以**805.85亿元**品牌价值，再次蝉联中国啤酒**第一品牌**

公司实施“双轮驱动”战略。截至2013年底，公司在国内拥有**54家**全资和控股的啤酒生产企业，及**11家**联营啤酒生产企业，分布于全国**20个省、直辖市、自治区**，规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位

2013年，公司完成新建工厂**2个**：九江、洛阳；搬迁工厂**4个**：宿迁、武威、哈尔滨、扬州；产能扩增工厂**4个**：济南、西安汉斯、太原、南宁

青岛啤酒是最早进入国际市场的中国品牌之一，居中国啤酒出口量首位。目前，青岛啤酒远销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、澳大利亚、韩国、日本、香港、澳门等**85个**国家和地区

2013年，青岛啤酒在英国主流市场渠道持续增长，其中TESCO增长**20.8%**，Waitrose增长**53.5%**；新兴市场增长显著，非洲市场增长**93%**，东欧市场增长**73%**；在亚太地区，青岛啤酒整体增长**27%**，其中韩国市场同比增长**65%**，香港市场增长**10%**成为第二大啤酒品牌，澳门市场占有率超过**61%**

董事长致辞

“

‘可持续发展’不应仅归属于一种发展模式，而应归属于我们共同坚守的一种信念。信念就是航标，毋庸置疑，只需笃定的坚守，不论发生什么，世界都要找到这个出发的原点和永续存在的基因。 ”



“可持续发展”的归属是信念

“人无精神不立、国无精神不强”。人对精神的传承，对信念的坚定，应如日月经天，江河行地。

伟大事业的初心本应是对“可持续发展”的追求，商业文明流淌的河道也应如此。然而，伴随着经济发展目的阶段性迷失，文化信仰的阶段性缺失，追求“可持续发展”的初心已被“间歇性”的遗忘。人们热衷造富追明星，追逐GDP英雄，在经济发展与环境保护的“红肥绿瘦”中，在财富膨胀与文化缺失的“外强中干”里，“可持续发展”作为一种理念的装饰性作用发挥的更为突出。

雾霾唤醒了普通民众对“可持续发展”这一经济增长方式的深刻认识。然而，经济与环境的和谐发展，仅仅是可持续发展中的组成部分之一，只有政治、经济、社会、文化、环境、教育、公共利益等推动社会进步的各个方面协同发展，才会助力我们拥有一个更加美好的世界。由此，“可持续发展”不应仅归属于一种发展模式，而应归属于我们共同坚守的一种信念。信念就是航标，毋庸置疑，只需笃定的坚守，不论发生什么，世界都要找到这个出发的原点和永续存在的基因。

110年前，青岛啤酒带着只为酿造好啤酒的“初心”出发，110年后，这依然是我们最重要的使命。不可否认的是，历经110年，尤其在数字化时代，“好啤酒”的内涵与外延已经无限丰富，但我们始终坚持“好人酿好酒”、“好心有好报”的品质理念和环境观；始终勇于自我否定、变革创新、引领发展，拥抱互联网新时代。纵观过去一年，青岛啤酒在坚守好品质的基础上，在品牌带动、双轮驱动的战略指引下，积极拓展线上线下两个市场，提升品牌的全球影响力和竞争力，高标准的打造销售、制造、职能三支专业团

队，持续提升青岛啤酒的系统效率和运营能力。这一年，青岛啤酒在行业增长放缓的情况下，以实质性的利好交上了一份来之不易的“成绩单”。

作为行业领军企业，青岛啤酒在致力于可持续、健康发展的同时，也将“引领变化”作为企业基业常青的驱动力，让百年青啤以“新青年”的姿态与时代同行。这一年中，110岁青岛啤酒厚积薄发，内涵式增长和外延式扩张紧密结合，不断推出新产品，引领消费时尚与潮流。在“数字化”转型中，实现实体经济与虚拟经济的对接，在销售渠道和商业模式上不断探索与创新……

无论坚守与创新，我们深知，青岛啤酒追求的是“基业长青”。我们看重当下的收获，但更看重长远的发展。青岛啤酒要通过“有质量的发展”，实现对社会价值的持续贡献。

2014年是中国新一轮改革周期的开始之年，“金砖之父”吉姆·奥尼尔曾表示，未来中国仍将是世界经济的“发动机”，只不过这个发动机已经更新换代成了“可持续”的型号。而我坚信，以青岛啤酒为代表中国品牌会为中国经济转型肩负更多的担当。

时间将是“可持续发展”的最好见证者。

青岛啤酒股份有限公司

董事长：

2014年3月

总裁致辞

“

我愿意与我的团队一道，以干事创业的初心，兢兢业业不断进取、持续变革引领创新，累积百年品牌基业长青的不竭力量，为每一位‘青啤相关者及社会’创造更加美好的未来。”



创造更加美好的未来

坚持可持续发展，以责任、创新、变革和实干构筑起企业发展的多元维度和广阔空间，是推动百年青岛啤酒始终保持创业精神和创新能力的重要因素。作为中国啤酒行业的领导者，近年来青岛啤酒通过不断提高产品竞争力和品牌影响力，为消费者创造快乐，营造和谐文明的商业生态环境，赢得了广泛尊重与认可。

2013年是青岛啤酒110周年华诞，这一年，面对复杂多变的宏观经济形势以及愈发激烈的市场竞争，我们坚持实施青岛啤酒品牌带动的发展战略，紧盯目标、主动进攻，公司销量、收入、利润保持了良好稳健的增长态势，A股和H股股价也均创上市20年历史新高，被投资者称为价值投资的典范。我们驾驭发展大局和解决复杂问题的能力更强，抢抓战略机遇和防范运营风险的举措更加务实有效。这一年，我们忠实履行企业公民的社会责任，与环境、与社会和谐共处，互利共赢，通过变革创新让企业发展“红利”更多的惠及员工、消费者、合作伙伴和社会相关方。

经济社会的快速发展、民众对幸福生活的美好向往，进一步丰富和深化了“可持续发展”的内涵。对于青岛啤酒而言，可持续发展至少包含三层含义。第一层含义是“敬天爱人”。“好心有好报”是青岛啤酒的环境观，这种蕴含着青啤文化的朴素环境观，引导我们珍惜资源、保护环境，致力于为消费者提供绿色、健康、安全的产品；也指引我们在企业经营发展中始终做到“以人为本”，充

分理解、尊重和满足员工、消费者以及社会相关方的合理诉求。第二层含义是价值创造。企业只有不断实现自身发展目标，才能担当更多的社会责任。我们将进一步加快创新驱动、转型升级的步伐，推动市场开拓与运营管理的深耕细作，在做强做大中国品牌的同时，承担更多的社会责任与历史使命。第三层含义是快乐分享。我们通过酿造消费者喜爱的啤酒，搭建让全球亿万消费者分享最真实、最美好情感体验的平台，让大家彼此分享快乐、共同成长；我们通过创造和分享绿色“红利”，带动价值链上下游合作伙伴共同致力于循环发展、低碳发展，为加强生态文明建设贡献新的力量；我们在实现企业发展目标的同时，切实关注社会公众的长期利益，通过利益分享帮助更多需要帮助的人。

亲爱的朋友们，我们的国家，正在兴起波澜壮阔的改革和复兴，乘着改革的东风，青岛啤酒也正面临着加快发展的良好机遇。我愿意与我的团队一道，以干事创业的初心，兢兢业业不断进取、持续变革引领创新，累积百年品牌基业长青的不竭力量，为每一位“青啤相关者及社会”创造更加美好的未来。

青岛啤酒股份有限公司

总裁：

2014年3月

关于我们

公司愿景

成为拥有全球
影响力品牌的
国际化大公司

公司使命

用我们的激情酿造出
消费者喜爱的啤酒，
为生活创造快乐

企业宗旨

以人为本
团队合作
造福社会

我们的公司

青岛啤酒股份有限公司（以下简称“青岛啤酒”）的前身是1903年8月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛股份公司，它是中国历史悠久的啤酒制造厂商，2008年北京奥运会官方赞助商，目前品牌价值805.85亿元，居中国啤酒行业首位，跻身世界品牌500强。

1993年7月15日，青岛啤酒股票（0168）在香港交易所上市，是中国内地第一家在海外上市的企业。同年8月27日，青岛啤酒(600600)在上海证券交易所上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

青岛啤酒实施“品牌带动下的发展战略”，是中国啤酒行业品牌溢价能力、盈利能力最强的公司。全球啤酒行业权威报告Barth Report依据产量排名，青岛啤酒为世界第六大啤酒厂商。



我们的品牌

品牌家族

青岛啤酒施行“1+3+N”品牌战略，满足不同层次的消费需求——“1”是指主品牌“青岛啤酒”；“3”是指第二品牌：崂山、汉斯和山水。

品牌推广模式

“三位一体”的品牌推广模式，即品牌传播、消费者体验和产品销售相结合。



家族新成员

2013年6月，青岛啤酒对外正式将“醇厚优雅的黑啤、动感时尚的炫舞激情铝瓶、喜庆元素十足的鸿运当头铝瓶”三款高端特色新品介绍给消费者，三款产品特色不一，一经上市便受到了消费者的喜爱和热捧。



进入数字化消费时代

为了更好地满足不同消费者的需求，2013年6月青岛啤酒开设了天猫官方旗舰店，这种创新不仅开启了传统零售领域之外的一片新天地，而且也让每一位喜爱青岛啤酒的消费者都感受到了网购青岛啤酒所带来的优惠、便捷，更体验到了畅饮新鲜产品所带来的快乐和激情享受。

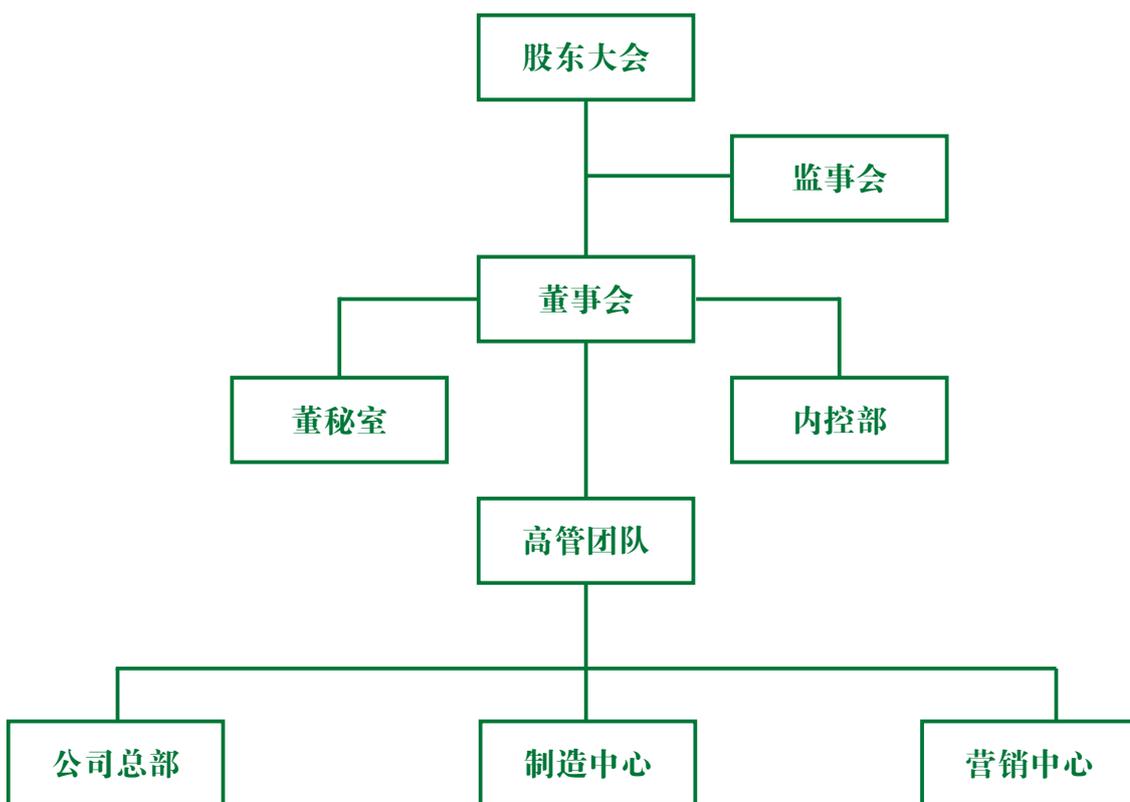


公司治理

青岛啤酒股份有限公司是中国最早在境外上市的公司，1993年先后在香港联合交易所和上海证券交易所上市。公司董事会现有董事11人，其中独立董事4人，非执行董事2人，执行董事5人；公司监事会现有监事7人，其中外部监事4人，职工监事3人。

公司自上市以来，以超前的意识和规范的做法来探索和实施与国际接轨的公司法人治理结构，不断完善法人治理机制。公司上市伊始，即

实行董事长、总裁和监事会主席三人分设，形成了权责明确、相互制衡的治理架构。1999年青啤公司增加独立董事和外部监事比重，在国内上市公司中率先建立了外部董事和外部监事占多数的董事会和监事会架构。2002年青啤公司较早引入国际战略投资者，在董事会和监事会增加外方董事和监事席位，使公司的治理水平达到了一个更高的层次。





2013年8月6日，
香港交易所H股上市二十周年大型
庆典活动

风险控制及管理

2013年，为防范公司经营风险，持续建立和完善公司风险、内部控制体系，青岛啤酒围绕内部控制建设，组织开展风险评估、内控评价、经

济责任审计、工程项目造价咨询监督、审计等相关工作，合理保证了公司经营合法、合规、资产安全等内控目标的实现。

- 定期披露《内部控制自我评估报告》，使内外部董事、投资者等对公司的内控管理情况有更全面深入的了解。
- 开展了内部控制培训和内控岗位资格认证工作。
- 编制公司《内控手册》，指导、规范公司的内控体系建设。

- 全面修订现有内部审计制度与流程，拟定了公司《内部控制缺陷责任追究制度》。
- 成立风险评估领导小组、工作小组，通过调查、现场访谈、数据分析等手段，对公司面临的潜在风险事件进行了识别、统计与分析，并对所辨识出的重大风险制定风险应对策略。



青啤公司开展警示教育活动

商业道德与合规

我们坚持法律法规及公司制度、程序要求，以共同的道德准则和价值观为指导，加强公司管理，让全体员工和价值链上的合作伙伴共同遵守商业道德，推动青岛啤酒价值链共同的理念和商业道德的传递和执行。

恪守公平、公正、公开、诚信商业道德，倡导正向的价值观，组织开展“廉政责任书签订”“述职述廉”、“观看廉政教育影片”、“参观警示教育基地”等多种反腐倡廉教育活动，杜绝通过贿赂等非法活动谋取不正当利益，铸就“风清气正”企业环境。

推进惩防体系和反舞弊制度建设，打造党风廉政建设和企业管理制度两张网。

先后制定《青岛啤酒股份有限公司反舞弊制度》、《青啤公司董事、监事及公司高管责任追究制度》、《职务履行问题责任追究制度》、《财产损失责任追究制度》等内部制度。

通过不断补充、完善公司制度规定和监管力度，逐步实现管理到位、控制到位、防范到位。

2013年无一例重大守法合规负面信息的发生。

我们的伙伴



利益相关方 我们的责任和承诺

消费者

提供安全的、高品质产品和服务

环境

节能降耗、保护水资源、应对气候变化、发展循环经济

投资方

稳健运营，提供合理、可持续的回报，及时准确对经营状况和重大事项信息进行披露

员工

提供安全工作场所、良好的福利待遇，关注他们的健康和职业发展

商业合作伙伴

以诚信为基础的合作、共同发展

NGO和社区

为社区和谐发展做出贡献，积极从事各种公益慈善活动

政府

依法纳税、遵纪守法

110年 只为酿造 好啤酒

品质观

好人酿好酒

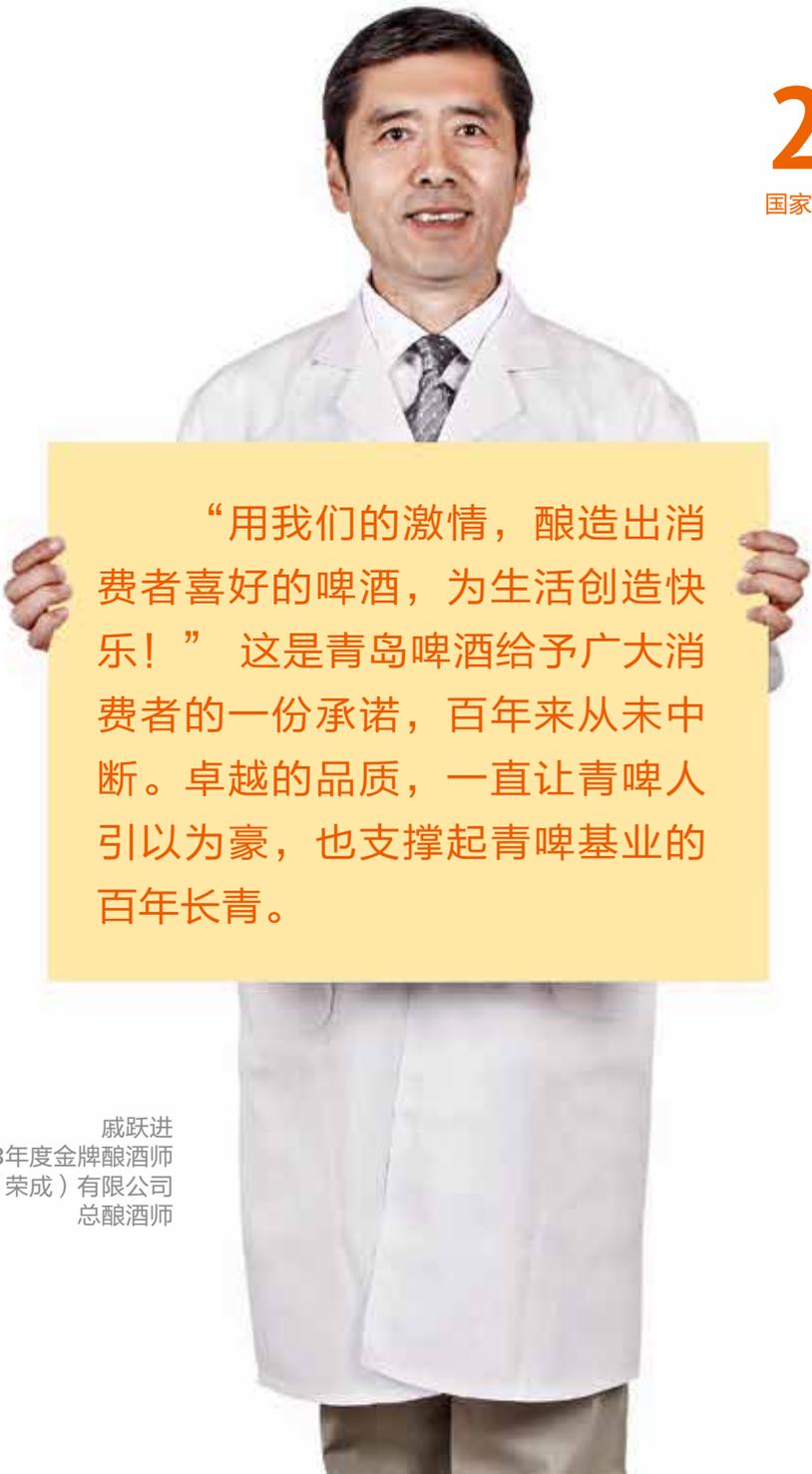
李志林
2013年度金牌酿酒师
青岛啤酒（兴凯湖）有限公司
总酿酒师

1800道

质量检测点

2项

国家科技进步二等奖



“用我们的激情，酿造出消费者喜好的啤酒，为生活创造快乐！”这是青岛啤酒给予广大消费者的一份承诺，百年来从未中断。卓越的品质，一直让青啤人引以为豪，也支撑起青啤基业的百年长青。

戚跃进
2013年度金牌酿酒师
青岛啤酒（荣成）有限公司
总酿酒师

贯穿整个供应链的食品安全体系

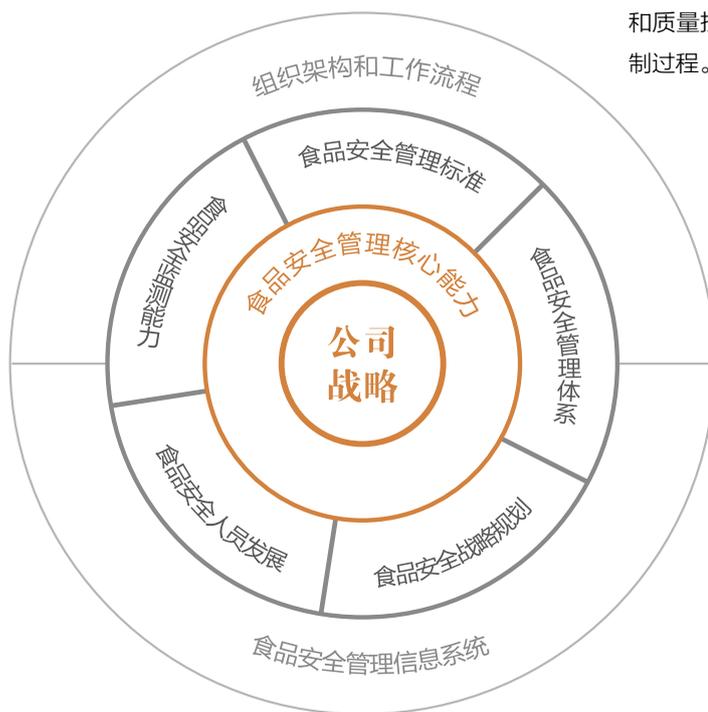
食品安全方针

严格遵守国际、国家及地方的法律法规要求。用高度负责的态度及科学的方法针对原料、生产、包装、贮存、运输等过程进行全面的危害分析和风险评估，找出需要控制的风险点和危害源，从而保证为消费者提供可安全饮用的啤酒。

食品安全管理

青岛啤酒食品安全内控标准高于中国国家标准，食品安全指标符合美国FDA、欧盟食品安全指令、日本食品工业标准和联合国食品法典等法律法规要求。同时，公司建立食品安全责任追究制度，目的在于落实食品质量安全主体责任、强调事先预防，防范食品安全事故的发生，严肃追究食品安全事故责任。

青岛啤酒把啤酒的安全控制纳入到战略管理和质量控制的首位，实现了食品安全的闭环式控制过程。



2013年青岛啤酒在完善食品安全管理体系、加强食品链上游食品安全风险管控上做出了积极努力

完善食品安全管理体系

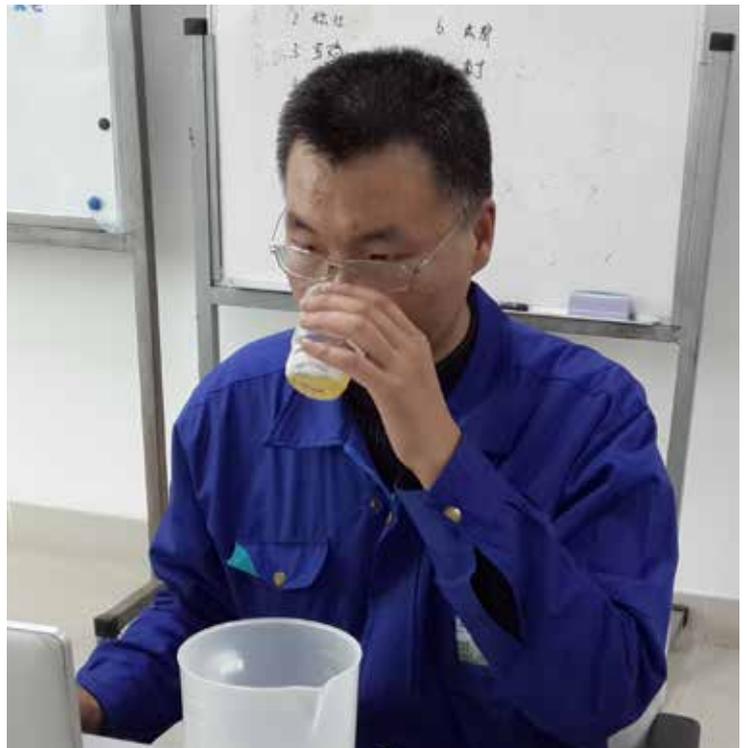
- 及时分析、识别食品安全风险
- 对食品安全高风险项目实施专项监控
- 修订发布公司食品安全管理文件
- 对所有工厂进行食品安全现场审计及有针对性培训
- 开展食品安全产品撤回演练，重点检验物流网在工厂及物流系统的应用情况
- 加大对销售环节查核力度和完善食品安全考核制度

加强食品链上游食品安全风险管控

- 2013年又新增15类酿造辅助材料、与酒接触包装材料食品安全集中检测
- 根据最新的国家标准修订并严格公司的原辅料采购标准
- 新增加工助剂供应商现场审计，提高供应商食品安全控制能力
- 供应商实行准入制度，对合格供应商进行动态管理

统一的质量管理体系

以品质导航理念、质量管理体系、全方位品评、第三方食品安全集中检测机制、科技研发为支撑的立体化的品质管理体系，确保了青岛啤酒生产整个产业链的食品安全和产品口味的一致性，让消费者体验到了畅饮的快乐。



2013年度金牌酿酒师 深圳
青岛啤酒朝日有限公司
酿造部技术顾问 冯海田

全过程的品质保障

青岛啤酒的质量控制并不仅停留在传统的保证产品合格的层面上，更向上游和下游进行了延伸。青啤通过一个“大质量体系”，将原料、生产、物流和消费环节纳入其中，实现全过程控制，对每一个细节都有着严格的质量要求，保证了产品高品质。



精湛的
酿造工艺

水

我们使用的酿造用水至少经过7道工序处理，并对30多项卫生及质量指标进行适时检验监控

百年酵母

我们使用拥有德国纯正血统的啤酒酵母，定期统一为所有工厂提供酵母菌种，让百年酵母精酿每一滴青岛啤酒

麦芽、大米和酒花

我们精选体型饱满、色泽光亮的国内外的优质大麦使用脱壳3天之内的新鲜大米，设立专门种植基地
使用有“捷克黄金”之称的捷克萨兹酒花和新疆、甘肃独特地理环境生产的新疆、甘肃酒花对供应商实行“飞行检查”，重点检查与食品安全有关的生产是否安全可控
从品种、种植、收获到运输、储存各个环节都有严格的检测程序

质量检测

国际认证的标准化质量控制体系，每一瓶啤酒要经过1800多个质量检测点的严格控制
纯净化酿造 无菌化包装
对下属各工厂质量管理情况进行实时跟踪和监控，确保标准统一的质量管理
建立针对酿造原料和与酒直接接触材料的第三方食品安全集中检测机制，采购食品安全合规率达到100%

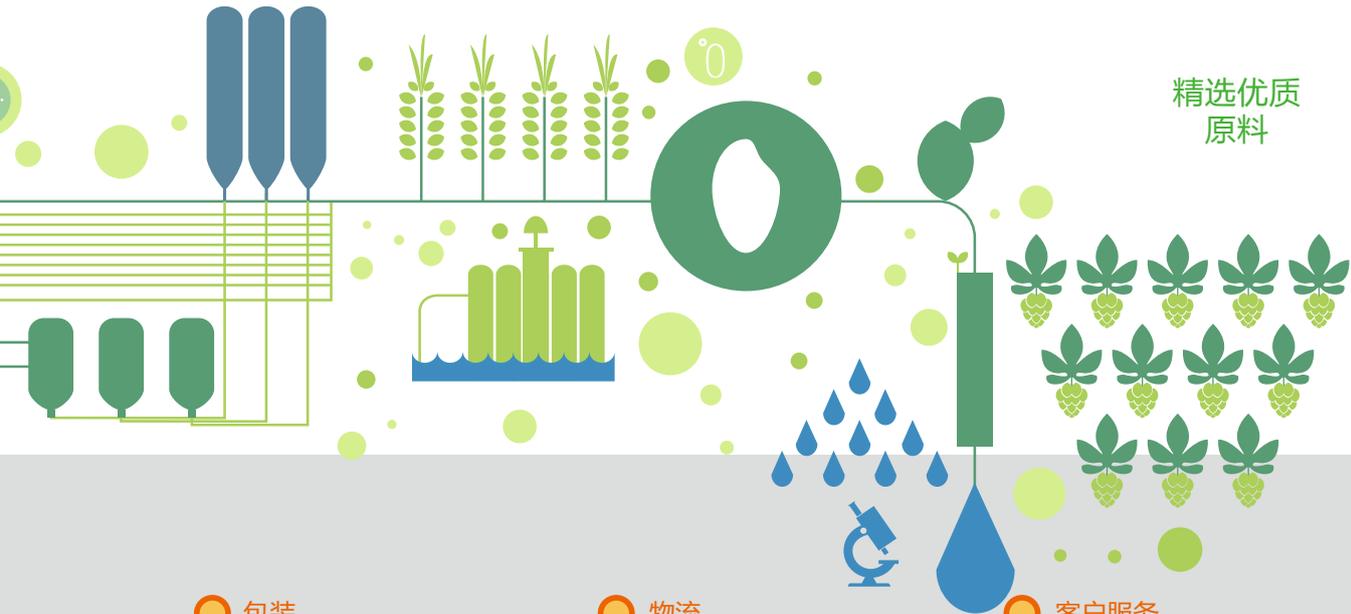
品质品评

一瓶青岛啤酒从酿造到出厂要经过品水师、品麦师、品酒师的“三师会审”，将品评贯穿整个酿造过程以保证产品口味一致性
品酒师不仅要对酒液进行品评，甚至连酒瓶盖内的垫片、硅藻土、刷瓶水等，与酒液接触的所有物品都要用嘴把关
除了成品啤酒，已经出厂、在市场销售的青啤，也要定期抽样品评，保证啤酒在货架期内的质量

绿色物流 新鲜到家



严苛的 包装过程



精选优质 原料

包装

- 空酒瓶在装酒之前，要经过严格的清洗工序
- 为保证每瓶啤酒的纯度，在每批灌装啤酒前最后一道管路清洁工序要用啤酒冲洗，防止之前清洗管路的残水进入成品酒液

物流

- 遵循“绿色物流”理念，减少物流对环境的影响
- 实施严格的物流质量标准，运输装卸和仓储标准化管理
- 我们将“新鲜度管理”运用到物流中，要“像送鲜花一样送啤酒”
- 设立区域RDC配送中心，加快订单响应速度、提高物流运作一致性
- 搭建了以“PTS、WMS、TMS三大系统”为核心技术的特色物联网
- 搭建B2C电子商务管理平台，为消费者提供高品质产品体验的同时，更提供“轻快供应链、送货上门”的购物体验

客户服务

- 拥有广泛的服务网络，统一的服务标准，规范顺畅的售后服务
- 增设了短信平台业务服务功能，更好满足消费者沟通需求
- 将消费者反馈、市场信息等内容及时反馈公司业务部门，促进公司提升产品质量及服务

技术研发

● 青岛啤酒凭借品牌、技术和资金优势，率先建立了国内啤酒行业领先的研发平台

- 2013年5月，“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”正式通过国家科技部建设验收。
- 2012年10月，青岛啤酒凭借多年的创新成就，荣膺“国家技术创新示范企业”，成为国内啤酒行业唯一一家上榜企业
- 2011年，实验室重点研发和推广了超高端啤酒酿造技术、超高浓酿造技术、快速发酵技术、新型热浪煮沸技术四项领先国际的新技术，为中国啤酒行业在提升产品质量、降低成本、提高产能以及在降低能源消耗方面做出了贡献
- 2008年，与中科院微生物研究所挂牌成立酵母研究联合实验室，这是国内首家酵母研究联合实验室
- 1996年被认定为国家级企业技术中心，成为中国啤酒行业第一家国家级企业技术中心

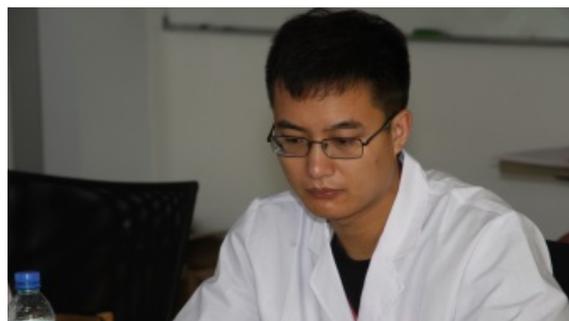
开放的国际交流、合作

国际化的发展战略让青岛啤酒立足中国，面向世界，走国际化的合作创新之路。和国内外著名研究机构建立了长期、稳定和密切的合作交流关系，形成了资源共享和优势互补，促进了多学科交叉和融合，为啤酒生物发酵的研究提供了新的力量。

做消费者心中最喜爱的啤酒

▼ 徐峰 / 服装产品经理 北京

品评活动提供了一个与专业酿酒师、品酒师一起同台PK的机会，这也体现了青岛啤酒对于我们消费者声音的尊重



青岛啤酒公司举办了第三届“消费者最喜爱的青岛啤酒”品评活动，邀请来自全国各地的18位消费者和经销商评委，和12位青岛啤酒专业酿酒师、品酒师及公司领导、员工代表共同用舌尖为青啤的好品质把关。

青啤公司希望通过这样的活动，加强与消费者的联系，听到他们最真实的声音，尊重市场的需要和消费者喜好，从而激励公司不断提高酿酒水平，更好地满足消费者的需求。

▼ **范强 / 工程师 北京**

通过这次活动加深对青岛啤酒的品牌及各产品的了解，我会将自己的所知和大家一同分享，让更多的人知道青啤独特的味道



▼ **齐薇然 / 记者 济南**

从来没有想到，自己有一天会坐在品酒师的位置上，从普通消费者变成评委，来当啤酒品评的“裁判”，还给酿酒师投票



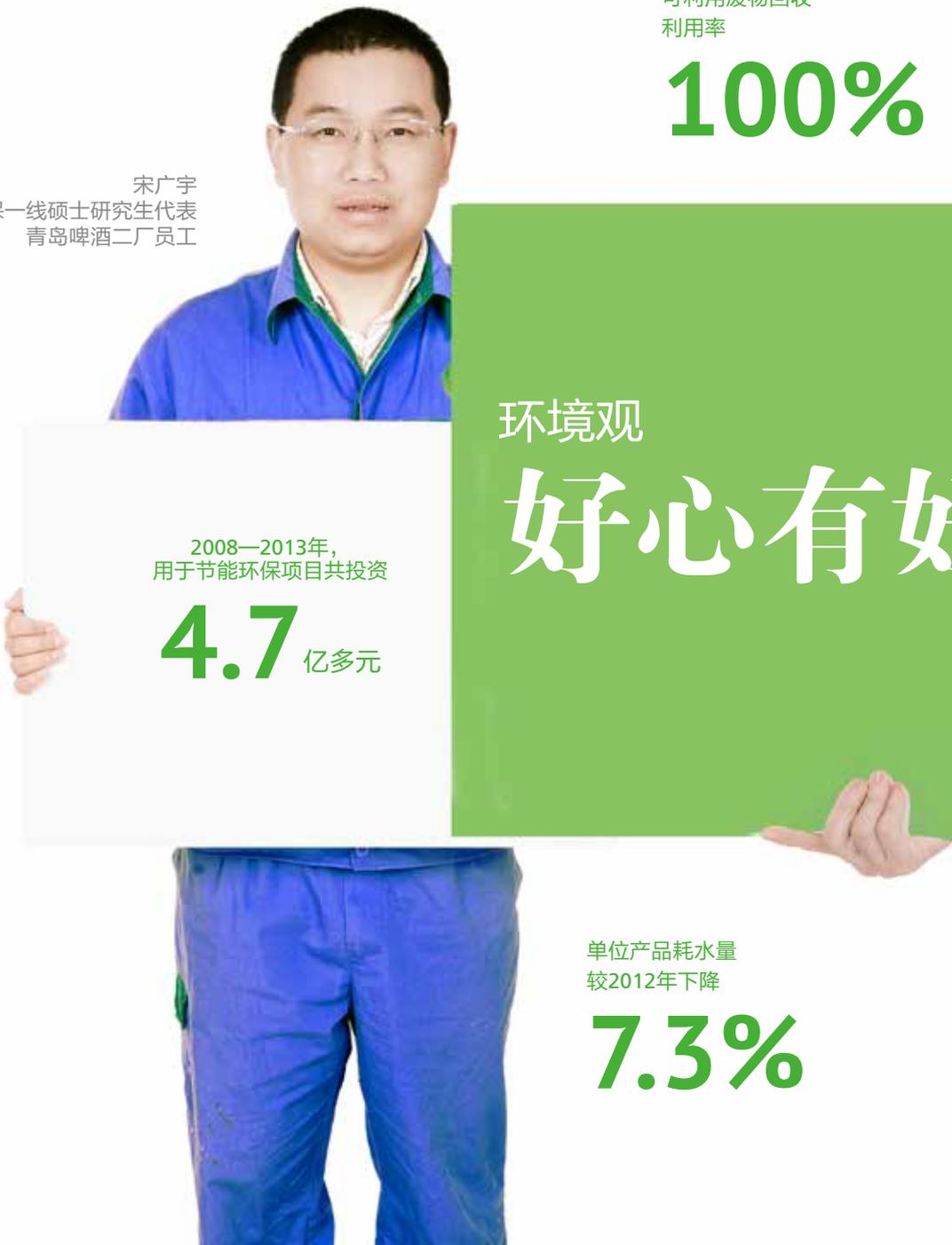
▼ **夏学锋 / 销售经理 郑州**

一看干净透明的酒液和洁白的泡沫，就很有感觉，入口更是醇厚爽口。感谢青岛啤酒一直以来给我们带来这么多激情，这么多快乐



绿色酿造 与自然共生长

宋广宇
环保一线硕士研究生代表
青岛啤酒二厂员工



可利用废物回收
利用率

100%

环境观

好心有好报

2008—2013年，
用于节能环保项目共投资

4.7

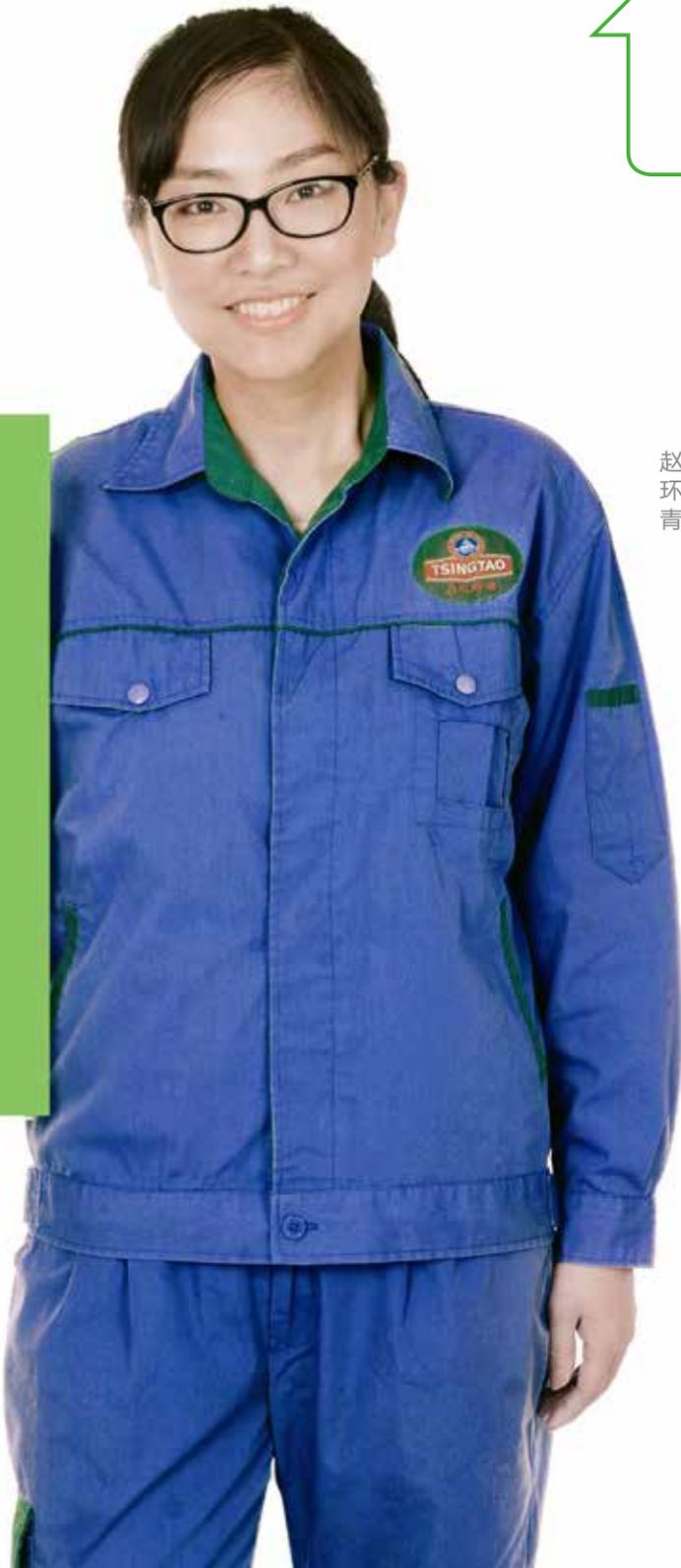
 亿多元

单位产品耗水量
较2012年下降

7.3%

秉承“好心有好报”的朴素环境观，公司以“做啤酒行业绿色发展的楷模”为环保愿景；“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”为环保使命。让消费者享受我们的绿色产品，并受益于我们的绿色价值链。

2013年，通过节能环保新技术的运用、企业制度层面的推进，公司全面完成环保目标和指标，污染物排放达标率100%，单位COD、SO₂排放量削减率分别为6.9%和27%。获得“中国绿公司百强”、“低碳先锋企业”等荣誉称号，并有二十多家工厂荣获省市环保模范荣誉。



赵静
环保一线硕士研究生代表
青岛啤酒二厂员工

王妍
环保一线硕士研究生代表
青岛啤酒（福州）
有限公司员工



单位产品耗标煤量
较2012年下降了

7.2%

环保管理机制

我们将水资源保护、能源管理、应对气候变化和废物资源化利用作为公司环境管理战略重点。持续完善环境管理组织架构，推行环保岗位标准化配置，落实环保岗位责任制，明确总经理为工厂环保管理第一责任人；细化环境管理考评体系，实行环境事件一票否决项制度。通过开展精细化管理、节能环保技术创新、持续提升环保人员专业技能，逐步实现啤酒行业绿色发展的愿景。

水资源保护与再利用

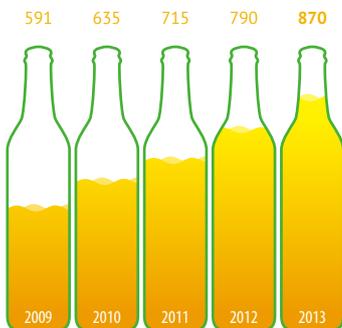
高品质的水是啤酒的关键成分，同时对于酿造过程中的清洁、冷却、蒸汽生产都至关重要，节约用水一直是我们解决用水消耗问题的关注点。

节约用水

秉承着源头削减、过程控制、深度处理、梯级利用的理念，2013年我们继续采取了多种有效的节水措施，对啤酒生产过程中产生的溢流水、冷凝水、设备冷却水、中水、雨水等采取回收再利用，循环再利用，各项节水举措在越来越多的工厂推广应用。



啤酒产量
单位：万千升



2013年单位产品耗水量
同比2012年下降

7.3%



在公司啤酒产量年年攀升的情况下，我们的单位水耗持续降低，2013年单位产品耗水量较2012年下降了7.3%



案例

雨水回收利用

马鞍山公司利用厂区集水池，下雨的时候对雨水进行集中收集，用于设备冷却、设备刷洗、卫生清洁、厂区绿化、冲厕等，年节约水量6500m³以上。





案例

低压膜和超滤水回收技术

济南公司在原有三组50吨/小时反渗透机组2段基础上，添加3段水回收装置，应用低压膜回收技术，将浓水60%制成软水，用于包装用水和制冷蒸发冷补水，年回收量约7万吨。将水处理多介质、活性炭冲洗水经超滤系统处理回收，可以直接用作原水，回收率达到90%，年回收水量2万吨。



污水管理与利用

公司污水处理全部实施精细化管理，采用国内先进工艺技术，按要求在线检测设备配置率100%，关键点控制规范统一，将污水化验纳入公司QA统一管理，确保污水处理实现100%达标排放。

2013年，我们共计投入3425万元用于污水及烟尘标准加严改造及污水能力提升改造。对洛阳、九江、扬州、菏泽、武威、哈尔滨等新搬迁工厂的环保管理进行重点支持。



能源管理与节能技术应用

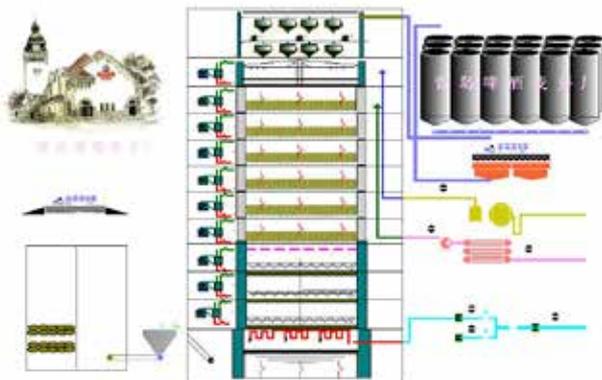
用能过程精细化

2013年，在不断了解和掌握生产各环节、各过程的进程中，实施能源使用过程精细化管理，达到了节能降耗的目的。2013年，单位产品耗电量同比降低4.3%、单位产品耗煤量同比降低7.2%、二氧化碳采购单耗同比降低3.7%。



新型塔式麦芽制造系统

青岛啤酒新型塔式麦芽制造系统，荣获2013中国工业清洁生产示范项目。



- **细化能耗指标** 将能源消耗指标由公司向部门、工段、班组、关键机台进行了细化与分解，形成了可测量量化的能源管理31个KPI指标，使得能耗数据能够分工序、分工艺、分装备比较，可比工厂进行比较和分析。
- **细化过程控制** 梳理了啤酒生产环节50个主要用能控制点，与ERP和MES信息化相结合，有跟踪、有执行、有落实，有回顾，形成了能源管理PDCA的闭环管理。
- **细化节能技术推进** 通过收集、识别和整理工厂节能功能经验案例、合理化建议、金点子等，总结出了生产运行过程中的59项节能技术，进行推进、推广与应用，强化了推进和执行，降低了能源消耗。

节能技术运用

2013年，除积极推进热浪煮沸、热能回收、二氧化碳回收等主要节能投资项目外，我们对啤酒生产过程用能过程再次进行梳理，识别出了一些主要用能控制环节，采取了切实可行的节能技术改造，有效的降低了能源消耗。



二氧化碳节能模块



案例

二氧化碳节能模块

啤酒酿造过程中产生的二氧化碳可回收再利用，在回收时需要压缩和液化储存，液态的二氧化碳在使用时又需要汽化。二氧化碳节能模块是用液态二氧化碳对回收压缩的高温气态二氧化碳进行降温，液态二氧化碳被汽化，气态二氧化碳温度降低之后，在后续的液化过程中可减少制冷电耗，节电率15%。



可再生能源利用

生物能源的使用可以提高能效并降低对环境的影响，公司废水处理系统广泛采用UASB厌氧处理工艺，这种工艺在运行过程中会产生大量沼气，将回收处理的沼气用于锅炉燃烧，既减少了温室气体的排放，又降低了煤耗成本。



厌氧沼气管路



案例

回收污水厌氧沼气

石家庄公司投资116万元，将原有沼气燃放火炬更换为获得国家专利，具有国际先进水平的LSS1-1.0-Q型沼气专用立式蒸汽锅炉，该沼气锅炉可以充分、高效利用沼气的热能，实现了污水处理系统的能源回收及综合利用。经统计，自2013年4月份沼气锅炉投入运行后，2013年累计生产蒸汽1205.7吨，相当于节约标煤108.51吨，并减少二氧化硫排放约1.79吨，减少氮氧化物1.69吨。

应对气候变化

企业是经济社会发展的重要推动力，也是低碳经济发展的主要参与者与受益者。为积极应对气候变化，公司制定了“早介入、早行动、早受益”的工作方针，采取节能降耗、二氧化碳气体回收利用、废气排放控制等措施，以低碳技术创新和管理上的先行，搭建起低碳运营模式。



二氧化碳压缩机

二氧化碳回收利用

我们在生产过程中应用二氧化碳回收利用技术，将啤酒发酵过程中产生的二氧化碳进行收集和处理，最终又回用于啤酒过滤与灌装过程，既减少了温室气体排放，又降低了生产成本。2013年，公司投资1020万元对所属工厂二氧化碳回收系统进行升级改造，并组织二氧化碳回收专题交流培训与学习，强化了二氧化碳回收运行管理。

2013年每千升冷麦汁二氧化碳回收量比2012年提高了8.5%，回收利用二氧化碳14.3万吨，同比增加11%。

废气控制

啤酒行业废气排放主要来自锅炉烟气，为了控制锅炉烟气中烟尘、二氧化硫对环境的污染，公司采取了多种控制措施，率先引入国内最先进的湿法静电除尘技术进一步削减烟尘及二氧化硫排放浓度，降低对周围环境的影响；2013年单位二氧化硫削减率27%，实现了二氧化硫排放总量持续降低5%的目标。



案例

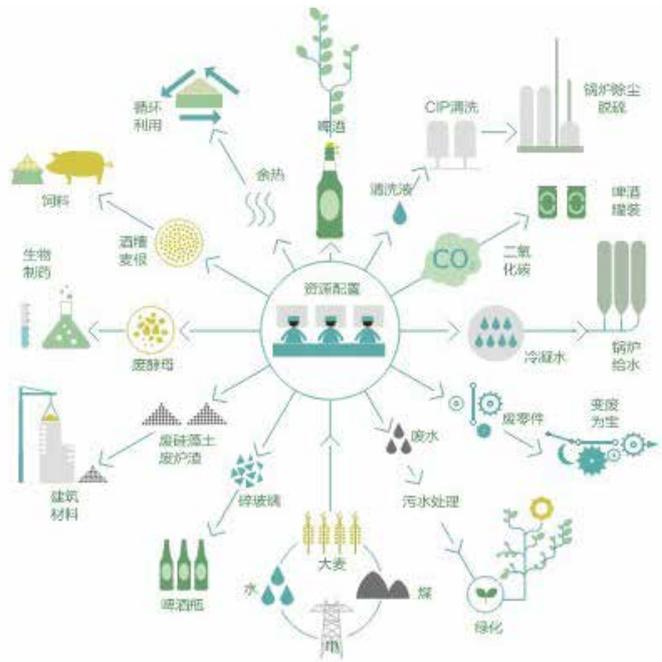
湿法静电除尘技术

西安公司2013年投资385万元对锅炉除尘系统进行提标改造，采用湿法静电除尘，改造后烟尘排放值达到 $30\text{mg}/\text{m}^3$ 以下，达标排放率100%。



废物的资源化利用

我们一直秉承“减量化、再利用、资源化”的3R原则，始终认为“废物就是放错位置的资源”，实现资源节约最大化；对生产过程及服务过程中的各种副产物进行资源化利用、梯度利用、循环利用，对附加值高的废物深度加工，2013年，公司可利用废物回收利用率100%，废料综合利用价值较2012年提升37%。



全员参与，争做绿色先锋

我们鼓励员工积极投入到公司的环保和节能减排中来，通过自行设计开发《青岛啤酒环保手册》等形式，以图文并茂的形式将节能减排新举措、循环经济理念等传播到下属工厂中，普及广大员工的环保意识、知识和基本做法。积极营造全民节能降耗文化，通过征集金点子、合理化建议等群众性节能降耗改进活动，全面提升全员节约意识。

松江公司通过培训交流，整理了和执行了9项燃气锅炉运行控制要点，同时也进行了锅炉烟气余热回收利用，锅炉给水与锅炉的烟气进行充分热交换后再进入锅炉，锅炉给水温度由100℃提高到130℃。提高了锅炉运行效率，汽煤比同比提高了9.3%，煤耗同比降低4.93kg/kl。



案例



三水公司员工在六五环境日制作的环保工艺品

用爱 传递正 能量

责任理念

人的价值永远
高于物的价值
社会的价值永远
高于企业的价值

王青
青啤公司爱心志愿者
青岛啤酒（济南）有限公司员工

徐明亮
青啤公司爱心志愿者
青岛啤酒四厂员工

我们把社会责任放在发展首位，在做强做大的同时，积极推动中国公益事业的发展，并致力于用行动回报社会。

2013年共计捐款

1229.32
万元

王艳
青啤公司爱心志愿者
青岛啤酒西安汉斯集团有限公司员工

王富强
青啤公司爱心志愿者
青岛啤酒营销中心销售管理总部员工

倡导理性饮酒——我们更关注您的健康

我们的主张

不宜饮酒人群

- 未成年人不宜饮酒，由于身体和心理还未发育成熟，饮酒会对他们的身心造成伤害。
- 孕产妇要避免饮酒，在怀孕期饮酒可能会给胎儿带来潜在的健康风险；在哺乳期饮酒，酒精也有可能通过乳汁给婴儿造成伤害。
- 驾驶者要杜绝酒后驾车，不仅给司机和乘客带来极大的生命危险，也会让无辜的人付出无可预料的健康和生命代价，给很多家庭造成痛苦。
- 病人在医疗期间应避免饮酒，在服用某些药物时应忌酒，以免影响治疗效果。
- 无节制的饮酒，对每一个消费者都会造成身心上的伤害，同时，酗酒成瘾的人也可能对其周围的人构成威胁。

我们的行动

健康饮酒生活

- 产品标识明示“过度饮酒，有害健康”。
- 与广播电台合作，每天播放公益广告，提醒司机“美酒好喝莫贪杯，青岛啤酒提醒您请勿酒后驾驶”。
- 为消费者开发生产低酒精度，低热量的产品，引导低酒精度产品的消费；并首创推出青岛啤酒风味无酒精饮料。
- 在促销活动中，向市民发放宣传单页，推广、倡导消费者理性饮酒。
- 公司网站入口设置年龄询问，并设有“未成年人请勿饮酒”的友情提示。
- 在街头大量投放公益伞，供行人及执勤人员遮阳使用，并同时宣传开车不饮酒等公益口号。
- 向到公司参观的社区居民、大学生倡导理性饮酒。
- 在当地青岛啤酒节活动上每天倡导市民理性饮酒。



青岛啤酒各地工厂在做品牌宣传同时，也积极为当地消费者传递理性饮酒知识，图为潍坊公司员工与消费者沟通

关爱社会——我们在您的身边

2013年青啤公司通过向雅安、甘肃定西地震捐款；开展长沙、杭州、郴州等地扶贫资助；设立北川娃圆梦基金；持续开展关爱教育，举办各类奖学金发放活动；向残疾人捐款献爱心等一系列活动，全年共计捐款1229.32万元。

心理援助 消除心理阴霾，让爱一同成长

青岛啤酒“重塑激情 成就梦想”心理援助项目至今已为陈家坝中小学、曲山镇小学及周边社区开办心理健康课600课时，心理讲座20余场；通过音乐、绘画、叙事等心理干预方式，进行700多人次的个案面询；共计组织了102名师生赴青岛参加心理夏令营活动，部分孩子还与公司的爱心员工家庭结对牵手，感受青岛啤酒带去的温暖与爱心。2012年，青岛啤酒“青岛啤酒红十字心理援助志愿者团队”获得中国红十字“优秀红十字志愿服务队”称号。

2013年8月，在公司110周年之际，又启动“十年共成长”青岛啤酒北川娃30万元圆梦计划，帮助青啤曲山镇小学的孩子们实现自己的梦想。



支持教育 春风化雨，温暖莘莘学子之心

青啤公司热心教育事业，设置各类奖学金鼓励品学兼优的学子，其中“青岛大学—青啤育才奖学金”，“青啤英才奖学金”，“青啤优秀园丁奖”等持续开展了多年，累计共向1182余名优秀青岛大学学生发放奖励金百万余元。

除此之外，青啤公司各地工厂也都积极开展教育支持工作，受到了各界的一致好评。



2013年“青岛啤酒—青岛大学奖学金”颁发仪式现场



青岛啤酒公司第一时间捐助800
万元支援四川雅安抗震救灾

地震捐款 伸出援手，灾难我们一同度过

2013年4月20日，四川雅安发生7.0级地震，灾情牵动了青岛啤酒公司广大员工的心。灾难发生后的第一时间，青岛啤酒公司在确认所属四川各单位员工平安无事的同时；立即启动向地震灾区的紧急援助，通过中

国红十字会青岛分会向雅安灾区紧急捐款800万元；同时，青啤员工自发捐款累计金额达到1060194.7元。

7月，甘肃岷县漳县发生6.6级地震后，青啤公司又及时向灾区捐款100万元，帮助灾区人民渡过难关。

2013年，青岛啤酒签约亚冠联赛，
成为首家联姻亚冠的中国品牌



传递体育精神

传递激情 释放活力

从2003年到2014年，青岛啤酒一直积极参与体育赛事的赞助、体育项目的合作，为推动拼搏进取、积极向上的体育精神在世界的广泛传播做出了积极的贡献，青岛啤酒希望能将这份体育精神传递给更多的人，用体育去与世界人民沟通，用激情与世界共享。

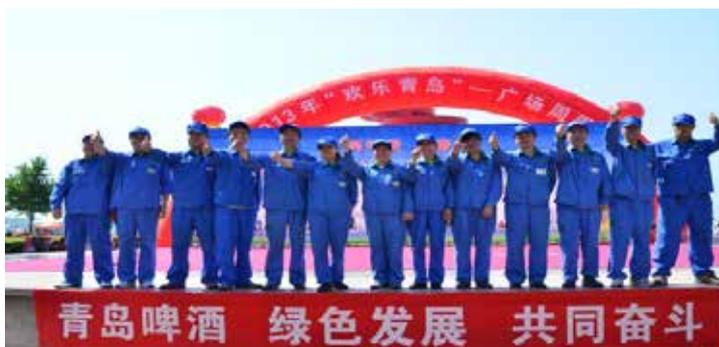
畅享激情 因“乐”而生

2013年，青岛啤酒品牌推广与音乐结合，从好声音因“乐”而生到与羽泉合作演唱会，让消费者在享受音乐的同时、畅饮充满激情的产品，迸发充满年轻活力的正能量。

志愿者服务



南宁公司开展学雷锋志愿者公益活动，在心圩江湿地公园清理江岸杂草和绿地中的垃圾杂物



青岛啤酒厂员工在六·五世界环境日期间，走上街头宣讲绿色环保发展理念



青岛啤酒四厂开展义务清理海边浒苔活动，为美化城市奉献力量



平原公司与平原县环境保护局携手举办“废旧物品兑换啤酒”活动和“环保志愿者行动”



厦门公司举办“回收旧电池赠送青岛啤酒”活动



西安公司开展卫生医药下乡活动



三水公司慰问区
社会福利中心



泸州公司开展为
贫困大学生义卖活动



珠海公司开展关爱老人
志愿者服务活动

太原公司发起了“捐助学童情系瓦都 传递爱心支援张宁”的捐助衣物活动，共六大箱，计120公斤，让云南瓦都珍惜小学的孩子过上了一个暖冬



榆林公司走上街头参加
义务扫雪活动





菏泽公司员工积极献血奉献爱心，其中员工郭忠义义务献血八年，相当于20余个体重50公斤的人全身的血量，被卫生部、中国红十字总会、总后勤部卫生部联合授予“全国无偿献血奉献金奖”。



为发扬“扶贫济困、乐善好施”传统文化，青岛啤酒三厂将员工捐助的1000余件棉衣棉被送到平度市崔召残疾人托养中心，为73名残疾人送上过冬用品。

爱心延续

- 开展学雷锋便民服务活动,免费为社区居民提供品尝啤酒;义务测血压,义务电气焊等服务。慰问驻地部队官兵,民警。
- 帮扶,慰问困难职工;设立关爱基金,伸出援助之手。
- 慰问公司当地的孤儿院,敬老院,残疾人,福利院。开展慈善助医项目,搭建慈善救助平台,帮助社区需要帮助的孤寡老人就近获得医疗帮扶。开展社区义务服务活动日。
- 在社会各界遇到灾情,困难的时候,积极捐款,捐物。积极开展慈善一日捐活动。
- 连续多年支持青岛市残疾人福利基金会开展的针对农村残疾困难群体的安居托养工程,目前已累计捐款228万元,帮扶广大农村贫困残疾人家庭喜迁新居。
- 定期邀请社区居民参加社区日活动,请他们走进工厂参观,考察,对工厂各项工作进行监督。



长沙公司开展义务植树活动

共创和谐 价值链

叶建筑
2013年全国
“五一劳动奖章”获奖者
青岛啤酒（厦门）
有限公司总经理助理

2013年职工薪酬总额同比提升

15.6%

共盈、共赢、共荣



程淑芳
2013年山东省劳动模范
原青岛啤酒
(滕州)有限公司
现青岛啤酒
(扬州)有限公司副总会计师



薄长富
2013年福建省劳动模范
青岛啤酒(福州)有限公司
总经理



王振竹
2013年山东省
劳动模范
青岛啤酒五厂
包装部部长

我们重视每一位员工的安全与健康

——“让工厂成为安全健康快乐的工作场所”

多年来，公司通过OHSAS18001职业健康安全管理体系的建立、实施和完善，不断改进安全绩效。在专业化管理的基础上，又采取多项举措来确保有效的安全预防和管理工作的，并将安全管理工作延伸至合作伙伴，让每一处生产、运输青岛啤酒的地方，都成为安全、健康快乐的工作场所。

2013年，全年公司没有发生员工人身伤亡事故。

安全自查深入、彻底

针对外部发生氨系统爆炸、泄漏造成人员伤亡事故，公司及时落实国家相关会议精神，并组织所有生产单位对氨系统进行全面排查，内容涵盖19大类114小项要求；针对“11·22中石化输油管路爆炸事故”公司积极响应政府要求，迅速开展全公司安全生产大检查，并制定了相应的工厂自查和工厂间互查方案，杜绝不安全事件的发生。

各生产单位每年都会与当地安监、消防、环保等部门联合举行各类环保、安全生产、突发事件演练，以此来提高联合应对突发紧急事件的能力。

特种作业人员

6133
人

安全投入同比增长

12%

全员人均培
训时间平均为

18.89

课时

所有工厂进行了

474

次各类应急演练

营造全员安全文化氛围

- 安全管理成为工厂培训第一课；
- 安全管理看板标准化；
- 对176名安全管理专职人员进行专业指导与培训。

落实责任，控制重大风险

- 规范、标准化工厂安全目标管理责任和内容；
- 发布标准化课件；
- 风险控制前置实施了红黄牌制度。

重视加强对合作伙伴的安全管理

- 第三方劳务及业务外包单位每月要求参加安全专题会；
- 加强对合作伙伴的资质管理；
- 配置与厂内正式员工一致的劳动防护用品；
- 签订专门的安全协议和《治安责任保证书》。



宿迁公司开展安全知识竞赛



漳州公司开展消防技能竞赛



我们保障每一位员工的权益

保护员工权益

在员工权益保护方面，青岛啤酒严格遵守国家法规要求，尊重员工权利和意愿，通过制度保障、政策宣传、沟通协商以及信息对称的方式加强信息沟通和员工权益保护工作。

每年公司定期召开职工代表大会，充分、民主的征求员工代表意见，从组织文化、沟通、情感激励等多维度完善了员工关系管理体系。

自主研发了员工快乐指数指标体系，倾听员工声音，关注员工诉求；2013年超过29%的员工自动自发地参加了员工快乐指数调研；增设了兼职的“员工沟通辅导员”，了解员工心理与感受，帮助员工舒缓压力；了解员工的需求，开展电话远程访谈活动；让外地员工常“回家看看”（青岛），感受公司文化因子。



陕西销售员工许士祥及其家属获得青啤关爱基金帮助

公平、合理的员工薪酬与福利

严格遵守国家和省市相关规定；员工享有带薪休假、加班工资补贴、产假、病假休息、定期体检、健康培训等等，为员工提供了完善的社会福利保障体系。

以业绩为考量因素，坚持基于企业成长的员工收入分享机制，持续完善“基准保障增长和业绩目标增长的复合工资增长管理模式”。

2013年，公司继续夯实薪酬福利管理体系，职工薪酬总额同比提升15.6%，同时工资总额同比提升14.4%

关爱基金

“青岛啤酒关爱基金”由青啤公司与青岛市红十字会共同发起建立，旨在帮助内部那些因大病、重病而陷入困顿的员工和家庭，缓解员工在工作、生活中遇到的困难，实践青啤公司“为生活创造快乐”的使命。在公司捐赠100万元本金的基础上，员工自愿捐助，已累计捐款82.1万元。基金自2011年运行以来，发放了78.3万元救助金，救助员工29名。2013年8月10日，公司再次向基金注资110万元。



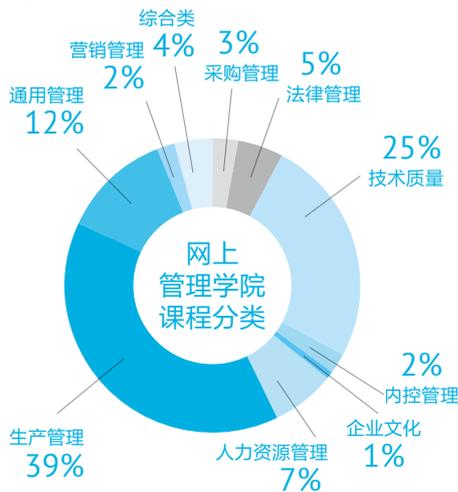
我们与员工一起快乐成长

2013年青啤公司以业绩、能力为导向，围绕以领导力发展为核心，基于“胜任、储备两条主线”的人才管理模式，建立了各级人才梯队，营造了全公司“以人才培养为己任、以人才输出为荣誉”的良好氛围。

2013年，全公司共实施培训1177701（人·课时），培训费用支出比2012年增加1.35%。

以培训助力员工成长

- 岗位资格认证
- 包装、酿造、QA、动力等制造专业学校
- 财务、物流、管理体系学校
- 快速突破市场、KA运营、听装酒运作等最佳实践交流基地
- 13对工厂结对帮扶，项目帮扶233个，帮扶人数364人



人才管理

- 实施人才分级管理，分为核心人才、关键人才、基层人才三大类，并进行专业化、差异化的人才管理；
- 逐步完善人才管理制度与建设，完成人才地图搭建。
- 通过绩效激励不断提升人才的胜任力和活力。
- 核心人才围绕“德为先、懂经营、会管理、带团队”四个维度着力培养。
- 储备人才则加大对其能力的评估，设立潜能评价维度，有针对性的改善与提高，并制定人才发展计划与培养举措；
- 管理培训生A计划领航校园招聘，培养公司后备梯队人才。



公司组织员工开展秋冬岗位大练兵活动，参与超过133496人次；图为应城公司开展的相关活动



金★资格班学员合影

2013感动青啤人物

2013年，青岛啤酒启动了感动青啤人物的评选，最后十个代表人物和团队脱颖而出，他们用最真实的工作状态，表达了每一个人对工作的那份真情实感。正是因为有了这些可爱的员工，他们用自己的智慧和敬业精神坚持着110年的“青啤梦”，托起了青岛啤酒百年基业长青的大旗，我们为拥有这样的员工感到骄傲，同时，我们也会更加珍惜这样的员工，为他们的成长和发展，创造更多的平台、机会和快乐！



刘金铎



赵永新



谭吉明



何惠仪



李洪财



李志权



张汉良



李斌



宋瑞刚



楚玉刚



张义宁



王兆国



邓娜玲



王少波



刘国斌



与商业伙伴共盈、共赢、共荣

青岛啤酒倡导“合作共赢，义中取利”的供应链管理理念，青岛啤酒认为与合作伙伴之间不仅是简单的商业合作，更是用责任建立起来的共生共长的相互依存纽带；“共盈、共赢、共荣”的青岛啤酒全力扶持合作伙伴，以高品质的产品、高附加值的品牌、高效的运营模式来保障上下游合作伙伴的盈利能力，共同实现基业长青。

全力帮助供应商

2013年，我们在继续提供高品质的啤酒和高质量包装的基础上，与供应商伙伴通过科学有效的信息沟通，提供改善双方质量、服务、管理和成本的机会，同时提高效率、降低能耗，将对环境的影响降到最低，打造一条绿色的产业链。



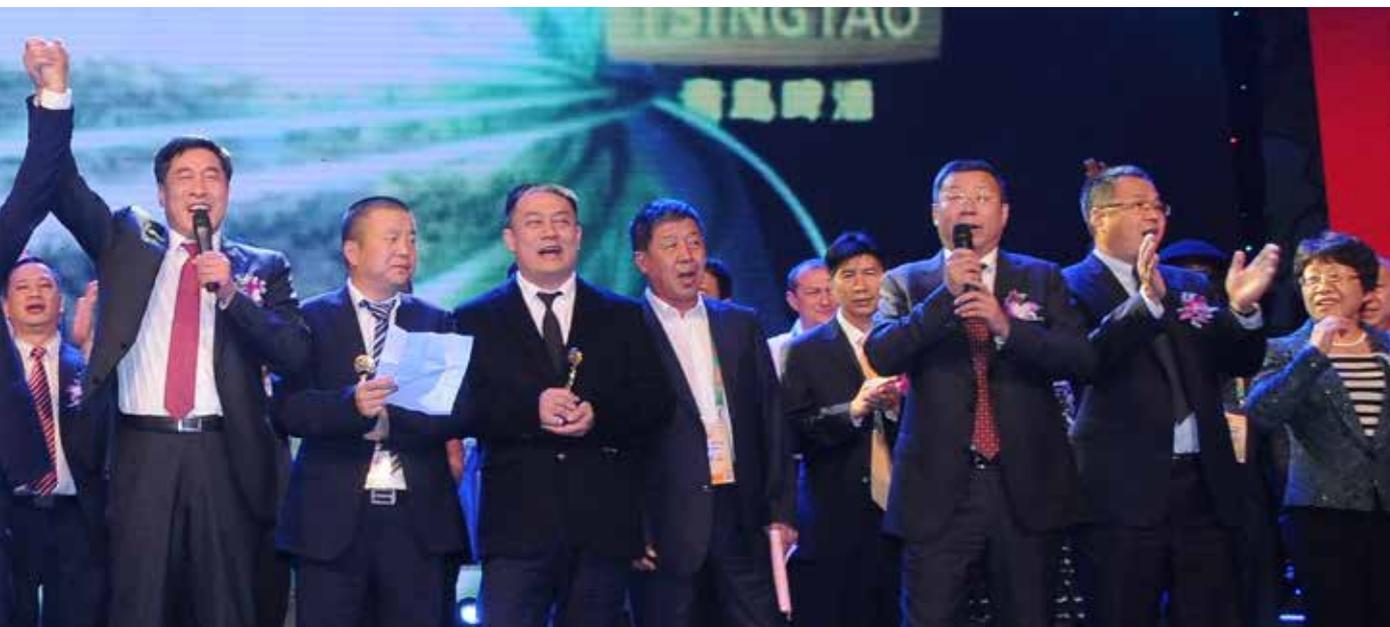
案例

202易拉罐改造

青岛啤酒是国内率先完成202易拉罐改造的公司，所谓202是易拉罐罐口外径是2-2/16英寸，比目前我们使用的206易拉罐罐口要小1/4英寸。通过罐口外径的缩小，罐盖用铝将节省1/5；2013年青啤公司采购20亿202型易拉罐，将节省用铝1888吨，按照1吨电解铝耗电15000度计算，将节省2833万度用电。



- 青岛啤酒建立对供应商数据化的综合评价体系来选择和优化供应商。除了关注产品质量和服务外，供应商的环保、社会责任和经营理念也是选择和评价优秀供应商的重要依据。
- 不断加强与供应商的技术交流，提升供应商质量管理水平。在资金方面支持供应商的技术改进。
- 对啤酒瓶生产水平相对落后的西北地区，通过资金支持、技术交流等措施扶持有改造条件的公司进行生产、设备升级换代。提高供货质量
- 在啤酒瓶供应商的选择时有环保设施的供应商优先选择，对长期合作的供应商要求增加脱硫除尘设施，减少二氧化硫、烟气排放，减少空气污染，打造一条绿色供应链。



真心扶持经销商

青岛啤酒充分尊重和认可每一位经销商，我们希望和经销商朋友一起，在发展的过程中一起成长，推动厂商协同和战略经销商运营能力提升。

2013年公司继续深化开展经销商培训，通过经销商年会、经销商名家讲坛、青啤金鹰会、经销商学校“共赢班”等平台，全面提高参会经销商对公司整体发展战略的认识，不断提高经销商的专业水平和能力。



通过开展经销商培训，不断提高经销商的专业水平和能力



2013年荣誉

类别	奖项名称
品牌、产品类	2013年中国人最喜爱的品牌
	2012中国创造力产品
	全国品牌培育示范企业
	2013中国500最具价值品牌
	中国最佳全球品牌奖
	最受网友信赖食品品牌企业
	2013年度“最受赞赏的中国公司”
环保、社会责任类	杰出企业社会责任奖
	2012中国国有上市企业社会责任榜最佳责任企业
	2012-2013年度中国最受尊敬企业
	2013年度中国最佳企业公民年度综合大奖
	2013中国绿公司百强
	2013中国低碳先锋企业
管理及资本市场类	2013上市公司品牌管理金盾奖
	2013中国香港上市公司最佳董事会
	2013年中国信用典范企业
	2013最佳可持续发展企业
	2013“中国年度最佳雇主”、中国年度最具社会责任雇主奖
	2013“标杆20”中国营销荣誉大奖
	2013最具国际竞争力中国企业

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2013年可持续发展报告》。如果您对本报告有任何建议和意见，请您填写下面的意见反馈表，通过邮寄、传真或电子邮件发给我们。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 开篇部分
- 2 “品质”部分
- 3 “环保”部分
- 4 “关爱社会”部分
- 5 “价值链上下游”部分
- 6 “荣誉及第三方评价”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

请与我们联系：

地址：中国青岛香港中路五四广场青啤大厦公共关系管理总部
266071

电话：0532-85785641

传真：0532-85720051

电子邮件：

zhutt@tsingtao.com.cn

您对我们下一年度报告的建议？

附录：GRI指标索引

编号	指标内容	在本报告中的位置
1、战略及分析	1.1 机构最高决策者（如总裁、主席或相等的高位）就可持续发展与机构及其战略的关系的声明	P4-7
	1.2 主要影响、风险及机遇的描述	P4-7
2、机构概况	2.1 机构名称	P8
	2.2 主要品牌、产品及（或）服务	P 5/P8-9
	2.3 机构的营运架构，包括主要部门、营运公司、附属及合资企业	P5/P8
	2.4 机构总部的地点	P48
	2.5 机构在多少个国家营运，在哪些国家有主要业务，哪些国家与报告所述的可持续发展事宜特别相关	P5/P8
	2.6 所有权的性质及法律形式	P8-11
	2.7 机构所供应的市场（包括地区细分、所供应的行业、客户受惠者的类型）	P5/P8
	2.8 汇报机构的规模	P5/P8
	2.9 汇报期内机构规模、架构或所有权方面的重大改变	-
	2.10 汇报期内所获得的奖项	P46
3、报告规范	3.1 报告的时间范围（如财政年度/西历年）	封二
	3.2 上一份报告的日期（如有的话）	封二
	3.3 汇报周期（如每年、每两年一次）	封二
	3.4 查询报告或报告内容的联络点	P48
	3.5 界定报告内容的过程	封二
	3.6 报告的界限（如国家、部门、附属机构、租用设施、合营机构、供应商）	封二
	3.7 指出有关报告范围及界限的限制	封二
	3.8 根据什么基础，汇报合营机构、附属机构、租用设施、国外采购业务及其它可能严重影响不同汇报期及（或）不同机构间可比性的实体	封二
	3.9 数据量度技巧及计算基准，包括用以编制指标及其它信息的各种估计所依据的假设及技巧	封二
	3.10 解释重整旧报告所载信息的结果及原因（例如合并/收购、基准年份/年期有变、业务性质、计算方法）	封二
	3.11 报告的范围、界限或所用的计算方法与以往的报告的重大分别	封二
	3.12 表列各类标准披露在报告中的位置	P49-52
	3.13 在可持续发展报告附带的认证报告中列出机构为报告寻求外部认证的政策及现行措施。如没有列出，请解释任何外部认证的范围及根据，并解释汇报机构与验证者之间的关系	P47
4、管治、承诺及参与度	4.1 机构的管治架构，包括最高管治机关辖下专责特定事务的各个委员会，例如制定战略或组织监管的委员会	P10-11
	4.2 指出最高管治机关的主席有否兼任其他行政职位（如有，请说明其在机构管理层的功能及如此安排的原因）	P10-11
	4.3 如机构属单一董事会架构，请指出最高管治机关中独立及（或）非执行成员的人数及性别	-
	4.4 股东及雇员向最高管治机关提出建议或经营方向的机制	P10-11
	4.5 对最高管治机关成员、高层经理及行政人员的赔偿（包括离职安排），与机构绩效（包括社会及环境绩效）之间的关系	-
	4.6 避免最高管治机关出现利益冲突的程序	P10-11
	4.7 如何决定最高管治机关及委员会成员应具备什么资格及经验，包括对性别及其它多元化因素的考虑	P10-11

编号	指标内容	在本报告中的位置
4、管治、承诺及参与度	4.8 机构内部制定的使命或价值观、行为守则及关于经济、环境及社会绩效的原则，以及其实施情况	P6-13
	4.9 最高管治机关对汇报机构如何确定和管理经济、环境及社会绩效（包括相关的风险、机遇），以及对机构有否遵守国际公认的标准、道德守则及原则的监督程序	P10-13
	4.10 评估最高管治机关本身绩效的程序，特别是有关经济、环境及社会的绩效	P4-5
	4.11 解释机构是否及如何按谨慎方针或原则行事	P10-13
	4.12 机构对外界发起的经济、环境及社会约章、原则或其它倡议的参与或支持	P32-35
	4.13 机构加入的一些联合会（如业界联合会）及（或）全国/国际倡议组织	-
	4.14 机构引入的利益相关群体清单	P13
	4.15 界定及挑选要引入的利益相关者的根据	P13
	4.16 引入利益相关者的方针，包括按不同形式及组别引入利益相关者的频密程度	P13
	4.17 引入利益相关者参与的过程中提出的主要项目及关注点，以及机构如何回应，包括以报告回应	P13
5、经济绩效指标	EC1 机构产出及分发的直接经济价值，包括收入、营运成本、员工薪酬、捐献及其它社区投资、留存盈利、支付给资本提供者及政府的款项	P4-5/P32-37
	EC2 机构活动因气候转变而引起的财务负担及其它风险、机遇	-
	EC3 机构固定福利计划的覆盖范围	P38-43
	EC4 政府给予机构的重大财务援助	-
	EC5 机构在各主要营运地点，按性别划分的工资的标准起薪点与当地最低工资标准的比例	P42
	EC6 机构在各主要营运地点对当地供应商的政策、措施及支出比例	P44
	EC7 机构在各主要营运地点聘用当地人员的程序，以及在当地社区聘用高层管理人员的比例	-
	EC8 机构通过商业活动、实物捐赠或免费专业服务，主要为大众利益而提供的基建投资及服务的发展及影响	P5/P32-37
	EC9 机构了解并说明其重大的间接经济影响，包括影响的程度	P4-5
6、环境绩效指标	EN1 所用物料的重量或用量、体积	P24-29
	EN2 采用经循环再造的物料的百分比	P28
	EN3 按主要源头划分的直接能源耗量	P24-29
	EN4 按主要源头划分的间接能源耗量	P24-29
	EN5 经环境保育及提高效率而节省的能源	P24-28
	EN6 提供具能源效益或以可再生能源为本的产品及服务的计划，以及计划的成效	P27-29
	EN7 减少间接能源耗量的计划，以及计划的成效	P24-29
	EN8 按源头划分的总耗水量	-
	EN9 因耗水而受严重影响的水源	无
	EN10 循环再用及再用水的百分比及总用量	P24-25
	EN11 机构在环境保护区或生物丰富多样的其他地区，或在其比邻地区，拥有、租赁或管理土地的位置及面积	-
	EN12 描述机构的活动、产品及服务在生物多样性方面，对环境保护区或生物丰富多样的其它地区的重大影响	-
	EN13 受保护或经复修的栖息地	-
	EN14 监控机构对生物多样性影响的战略、现行行动及未来计划	P24-29

编号	指标内容	在本报告中的位置
	EN15 按其濒临绝种的风险度，依次列出栖息地受机构作业影响的物种的数量；列入国际自然及自然资源保护联盟（IUCN）辖下红色名册及全国保育名册的物种	-
	EN16 按重量划分的直接与间接温室气体总排放量	P26-29
	EN17 按重量划分的其它相关间接温室气体排放量	P26-29
	EN18 减少温室气体排放的措施及其成效	P26-29
	EN19 按重量划分的臭氧消耗性物质的排放量	-
	EN20 按种类和重量划分的氮氧化物、硫氧化物以及其它重要气体的排放量	P26-29
	EN21 按质量及目的地划分的总排水量	-
	EN22 按种类及排污法划分的废弃物总重量	P28
	EN23 严重溢漏的总次数及漏量	无此类情况
	EN24 按照《巴塞尔公约》附录 I、II、III、VI 的条款视为“有毒”的废弃物经运输、进口、出口或处理的重量，以及经国际船运输送的废弃物的百分比	无此类情况
	EN25 受机构排水和径流严重影响的的水源以及相关栖息地的位置、面积、受保护状况和生物多样性价值	P24-25
	EN26 减低产品及服务的环境影响的措施及其成效	P19/P44
	EN27 按类别划分，售出产品及回收售出产品包装物料的百分比	P28
	EN28 违反环境法例及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱以外的制裁的次数	无此类情况
	EN29 运输产品、其它货物及物料作营运用途，以及运输雇员所产生的重大环境影响	无此类情况
	EN30 按总类划分的总环保开支及投资	P22
7、社会劳工措施和合理工作	LA1 按雇用类型、雇用合约、地区及性别划分的雇员总数	P39
	LA2 按年龄组别、性别及地区划分的新雇员工及员工流失的总量和比率	-
	LA3 按主要业务划分，只提供给全职员工（不给予临时或兼职雇员）的福利	无此类情况
	LA4 受集体议价协议保障的雇员百分比	P41
	LA5 有关各类作业改变的最短通知期，包括指出该通知期有否在集体协议中订明	P41
	LA6 在协助监察及咨询职业健康与安全计划的正式劳资健康与安全委员会中，劳方代表的比重	P40
	LA7 按照地区、性别划分的工伤、职业病、损失工作日及缺勤比率，以及工伤事故和职业疾病死亡人数	P5/P40
	LA8 为协助雇员、雇员家属或社区成员而推行，关于严重疾病的教育、培	P33/P41
	LA9 与工会达成的正式协议中的健康与安全项目	P40-41
	LA10 根据性别、雇员类别划分，每名雇员每年接受培训的平均时数	P42
	LA11 加强雇员的持续受聘能力及协助雇员转职的技能管理及终生学习课程	P42
	LA12 按性别划分的接受定期绩效和职业发展考评的雇员的百分比	P42
	LA13 按照性别、年龄组别、少数族裔成员及其它多元性指标划分，各管治机关成员及各类雇员的细分	P41-43
	LA14 按员工类别、主要营运地点划分，男性与女性雇员的基本薪金比率	-
	LA15 按性别划分，产假/陪产假后回到工作和保留工作的比率	-

编号	指标内容	在本报告中的位置
8、人权绩效指标	HR1 含有人权条款或已通过人权审查的重要投资协议与合同的总数及比例	-
	HR2 已通过人权审查的重要供应商、承包商和其它商业伙伴的比例，以及机构采取的行动	P44-45
	HR3 雇员在作业所涉人权范围的相关政策及程序方面接受培训的总时数，包括受训雇员的百分比	P40-42
	HR4 歧视个案的总数，以及机构采取的改正行动	无此类情况
	HR5 已发现可能严重侵犯、危害结社自由和集体议价权的作业和重要供应商，以及保障这些权利所采取的行动	无此类情况
	HR6 已发现可能会严重危害童工的作业和重要供应商，以及有助废除使用童工的措施	无此类情况
	HR7 已发现可能会导致严重的强迫或强制劳动的作业和重要供应商，以及有助于消除这类劳动的措施	无此类情况
	HR8 保安雇员在作业所涉人权范围的相关政策及程序方面接受培训的比例	P40
	HR9 涉及侵犯本地雇员权利的个案总数，以及机构采取的行动	-
	HR10 已经受到人权审查和(或)影响评估的运营活动的总数和百分比	无此类情况
	HR11 通过正式投诉机制解决人权领域不满情况的总数	无此类情况
9、社会绩效指标	SO1 实施了本地社区参与项目、影响评估与发展项目的运营活动比例	P22-23/P31/P38-39
	SO2 已作腐败风险分析的业务单位的总数及百分比	P12
	SO3 已接受机构的反腐败政策及程序培训的比雇员的百分比	P12
	SO4 回应腐败个案所采取的行动	P12
	SO5 对公共政策的立场，以及在发展及游说公共政策方面的参与	P32
	SO6 按国家划分，对政党、政客及相关组织作出财务及实物捐献的总值	P31
	SO7 涉及反竞争行为、反垄断和垄断措施的法律诉讼的总数及其结果	-
	SO8 违反法例及规则被处巨额罚款的总额，以及所受金钱以外的制裁的次数	无此类情况
	SO9 对本地社区具有重大潜在或实际负面影响的运营活动	无此类情况
	SO10 在运营活动中为预防和减轻对本地社区产生的重大潜在或实际负面影响所采取的措施	P12/P32
10、产品责任绩效指标	PR1 为改良而评估产品及服务在其生命周期各阶段对安全和健康的影响，以及必须接受这种评估的重要产品和服务类别的百分比	P14-21
	PR2 按结果类别划分，违反规管产品及服务在其生命周期影响健康与安全的法规及自愿守则的次数	-
	PR3 按照程序划分标签所需的产品及服务信息种类，以及须符合这种信息规定的重要产品及服务的百分比	P18-19
	PR4 按结果类别划分，违反规管产品及服务信息标签的法规及自愿性守则的次数	无此类情况
	PR5 有关满足客户需求的措施，包括调查客户满意程度的结果	P20-21
	PR6 为遵守有关市场推广（包括广告、推销及赞助）的法律、标准和自愿性守则而制定的计划	P32/P34
	PR7 按结果类别划分，违反规管市场推广（包括广告、推销及赞助）的法规和自愿性守则的次数	无此类情况
	PR8 已证实关于侵犯客户隐私权及遗失客户资料的投诉的总数	无此类情况
	PR9 因在产品与服务的提供与使用方面违反法规而遭受罚款的总额	无此类情况



青岛啤酒在报告印制上的环保措施：
本书采用含75%废纸成份
通过ISO14001环境体系认证的再生纸印制

