



北京2022年冬奥会官方赞助商
Official Sponsor of the Olympic Winter Games Beijing 2022



青岛啤酒股份有限公司
环境、社会及管治报告
2018

关于本报告

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第十一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在国内的 62 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业 2018 年 1 月 1 日至 2018 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 2018 年。

内容选择

报告内容的选取过程中，青岛啤酒遵循《环境、社会及管治报告指引》、《全球报告倡议组织 (GRI) G4》指南的准确性、有效性、重要性、可比性等原则，从环境和社会等多方面进行陈述，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。

编制原则

本报告根据香港联交所《环境、社会及管治报告指引》要求，并参考《全球报告倡议组织 (GRI) G4》、《山东省企业环境报告书编制指南》、上海证券交易所《上市公司环境信息披露指引》、国资委关于发布可持续发展报告的相关要求编制。

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

报告以网络版和印刷版形式发布。网络版可在本公司网站查阅。网址：www.tsingtao.com.cn

目录 CONTENTS

可持续发展指标	02
领导致辞	04
关于我们	06
.....	
2018 年荣誉	50
第三方评价	51
您的反馈	52

115 年 只为酿造好啤酒
14

绿色酿造
24

关爱社会
34

和谐价值链
42



青岛啤酒的可持续发展指标

2018年，是青岛啤酒公司上下砥砺前行、勇创辉煌的一年。面对行业深度调整、成本大幅上涨等多重压力，我们转型升级求发展，实现销量、营收、利润三增长，开创了高质量发展的新局面。这一年，青岛啤酒匠心坚守引领质量新时代，以金奖品质荣耀世界舞台。在

创新转型中实现“质效齐升”，互联网渠道上创新再升级，全面拥抱“新零售”。文化远航，连接世界，演绎着属于中国品牌的时代华章；勇当社会责任，倡导理性饮酒，倡导绿色、健康、品质的生活方式，用实际行动，展现着中国企业的责任与担当。

经济责任

指标 | 2018年



公司历来重视对投资者的回报，自1993年上市以来，累计22年现金分红65亿元，远高于资本市场累计股权融资额51亿元。

环境责任

2018年单位产品耗水量
同比2017年下降

0.43%



2018年单位产品耗煤量
同比2017年下降

2.75%



2018年单位产品综合能耗
同比2017年下降

2.29%



2018年千升冷麦汁二氧化碳回收量
同比2017年提高

2.23%



社会责任

2018年公司员工人数

39320人



精准扶贫
向青岛平度市大泽山镇捐赠

500万元



董事长 致辞



“展望未来，青岛啤酒要‘稳中有进’。‘稳’是稳业绩、稳增长。‘进’是经营质量的精进，这包括产品质量、服务水平、管理水平等各方面全方位的提升，为消费者创造更多价值。”

重构新平衡释放可持续发展新动能

2018年，全球经济温和增长，并呈现动能趋缓的态势。处于变局中的中国啤酒行业同样在经历着改变。经过2004年至2014年的高速发展，因人口结构、消费水平的变化甚至是生活方式的改变，中国啤酒行业原有的平衡正在被打破。平衡、打破平衡，重构平衡的动态演进也正是未来啤酒行业和经济全球化向深度推进的写照。在这变化中可持续发展的青岛啤酒，既要善于打破旧的平衡，也要勇于重构新的平衡，在动态调整中为企业发展提供新的动能，让企业行稳致远。

我们持续构建企业价值和社会价值的平衡。企业做大的过程不仅仅是规模的做大，更是责任的放大，一个好的企业，需要有效平衡好企业利益和社会利益的关系。让企业的价值与社会价值呈正向影响，相互促进，创造良性循环。

我们持续构建企业供给和消费者需求的平衡。产品的供给上，由过去的有一瓶转变为有一套；在生产上，由过去的大批量生产，转变与多品种、小批量的柔性生产；在销售渠道上，由过去的单一传统渠

道，转变为覆盖整个互联网的全渠道销售；在差异化消费上，由过去的企业生产什么，消费者消费什么，转变为私人定制。

我们持续构建短期做强和长期做久的平衡。作为百年企业，青岛啤酒始终坚持“当下即未来”。既要做好当下的稳增长提效益；也要着眼未来蓄能求发展，不断创造新供给和新动能。我们要加大市场开拓的力度，提高品牌影响力的广度，深耕可持续发展的“沃土”，实现做强与做久的平衡。

我们持续构建质量和效益的平衡。“好人酿好酒”是青岛啤酒的质量观。对质量和品质的追求，渗透到了每一个员工血液和灵魂中。正是有了质量这个不变的基础，我们的效益才有更好的保障。因此，我们在质量为先的导向下，追求效益，实现了质量与效益的平衡。

我们持续构建坚守与创新的平衡。与时代互动，青岛啤酒坚持“守正出新”。“守正”是要守住企业的核心竞争优势，坚守“115年只为酿造好啤酒”的专业定力；“出新”则是“与时俱进”，通过技术创新、

产品创新、渠道创新、品牌创新乃至商业模式创新，构建起全要素的“创新生态链”，为企业可持续发展赋能。

正是不断构建新的动态平衡，青岛啤酒在充满变化与挑战的2018年，取得销量、收入和利润的三增长，取得了近几年来最好的成绩。

展望未来，青岛啤酒要“稳中有进”。“稳”是稳业绩、稳增长。“进”是经营质量的精进，这包括产品质量、服务水平、管理水平等各方面全方位的提升，为消费者创造更多价值。这是一个变化的时代，但更是一个充满着挑战与机遇的时代。青岛啤酒，将以“不变”的定力和“求变”的勇气，动态构建新平衡释放可持续发展的新动能。

青岛啤酒股份有限公司
董事长

2019年3月

总裁 致辞



“纵观过去一年，青岛啤酒在‘基础质量+特色质量’的基础上跃升‘魅力质量’、积极拓展市场、提升品牌、放大责任，以实质性的利好满足消费者味蕾、善待关爱员工、共赢价值链上下游、回报股东和投资者、回馈社区和公众，建立了稳健增长、可持续发展的模式。”

“夺金摘星”推动高质量发展

2018年，中国经济稳中有进，以高质量发展为“抓手”，“进”更多体现为经济结构持续优化、发展方式转型升级。作为社会经济进步的压舱石和助推器，包括青岛啤酒在内的实体经济深入推进供给侧结构性改革，探索新的商业模式、重新定义好啤酒、不断调节发展步调、打造品牌影响力……这其中，蕴含着可持续、健康、向上的商业力量。

纵观过去一年，青岛啤酒在“基础质量+特色质量”的基础上跃升“魅力质量”、积极拓展市场、提升品牌、放大责任，以实质性的利好满足消费者味蕾、善待关爱员工、共赢价值链上下游、回报股东和投资者、回馈社区和公众，建立了稳健增长、可持续发展的模式。

面对行业深度调整，青岛啤酒实现“质效齐升”。这得益于我们“调结构、提费效、降成本、提效率”多措并举，不断优化资源配置能力。提质增效优化产品结构，双增双调提高盈利水平；管理创新提升运营效率，立足当下实现质量效益型增长。

用高品质夯实高质量发展的底座。2018年，青岛啤酒连获“世界啤酒锦标赛”金奖和“欧洲啤酒之星”大奖，“双叠加三解码”质量管理模式获中国质量奖提名奖，酿造行业唯一的生物发酵工程国家重点实验室获优秀奖。6月，作为中国民族品牌的代表，登上了上海合作组织青岛峰会的宴会餐桌。之前更频频亮相于金砖国家峰会、G20峰会、APEC等宴会场所，被誉为“舌尖上的外交官”。12月，继2008年北京奥运会之后再次携手奥运，签约北京2022年冬奥会官方赞助商，荣膺“双奥”身份。

创新是高质量发展的“第一动力”。从研发到产品创新，从品牌到管理创新，从文化到组织创新，正是凭借变革与创新这一组织内生基因，使得青岛啤酒能够百余年来持续发展，且仍具有激情和活力。这一年，我们发力新产品开发与销售，满足消费者多元化、个性化、定制化需求；在互联网渠道上创新再升级，全面拥抱“新零售”。

企业的社会价值是立足之本。青岛啤酒与消费者、股东、员工、

供方、合作伙伴、环境、社区等上下游价值链共赢共荣。2018年，我们“筑梦想 益起来”，共筑体育爱心梦；开展“青啤福译计划”精准扶贫，定点扶助平度大泽山镇500户；连续23年青大奖学金做1648个梦想的赞助商；倡导理性饮酒，倡导绿色、健康、品质的生活方式，用实际行动展现着中国企业的责任与担当。

2019年，青岛啤酒将坚定不移的创新转型升级，以开放性的思维，积极探寻企业发展的新增长点，加快培育新动能，为公司行稳致远，不断积聚发展新动力；努力打造中国的民族品牌，提高产品竞争力和国际影响力；追求可持续发展，让广大员工、价值链上下游和社会共享企业发展成果。

青岛啤酒股份有限公司
总裁

2019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，它是中国历史悠久的啤酒制造企业。世界品牌实验室发布的 2018 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜，青岛啤酒以 1455.75 亿元的品牌价值连续 15 年蝉联中国啤酒行业首位。

1993 年青岛啤酒先后在香港、上海上市，成为中国首家在两地同时上市的公司。

截至 2018 年底，公司在全国 20 个省、直辖市、自治区拥有 62 家全资和控股的啤酒生产企业，及 2 家联营及合营啤酒生产企业，规模和市场份额居国内啤酒行业领先地位。

青岛啤酒为国际市场上最具知名度的中国啤酒品牌，2018 年销售遍布 100 多个国家，畅销美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、澳大利亚、韩国、日本、丹麦、俄罗斯等地。2018 年海外市场逆势增长，亚太市场销量同比增长 4.5%、西欧市场增长 5.2%、非洲中东东欧市场增长 23%。其中英国、意大利、加拿大等 14 个国家增幅超过 10%；俄罗斯、菲律宾、波兰等 11 个市场增幅超过 50%；巴西、刚果金、希腊等 5 个市场销量实现翻番。

青岛啤酒
品牌价值

1455.75 亿元

品牌价值连续 15 年
蝉联中国啤酒行业

首位

我们的品牌

品牌组合“1+1”：

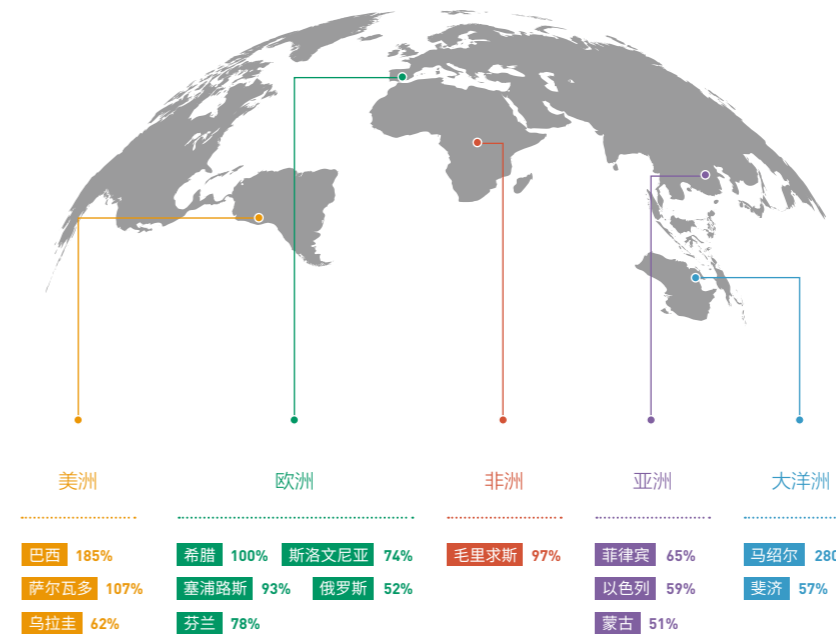
- 1 是指主品牌“青岛啤酒”
- 1 是指第二品牌“崂山啤酒”



“四位一体”的品牌推广模式：

品牌传播、消费者体验、产品销售、粉丝互动相结合

海外销量增长





青岛啤酒公司第九届董事会成员

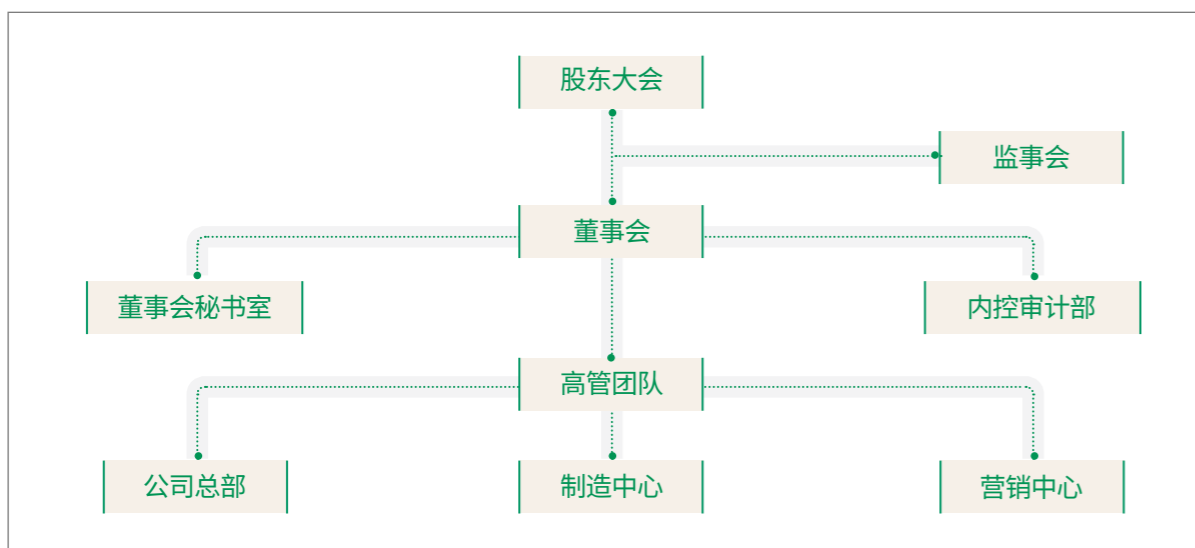


青岛啤酒公司第九届监事会成员

公司治理

于2018年12月31日，青岛啤酒股份有限公司第九届董事会共有董事9人，其中执行董事4人，非执行董事1人，独立董事4人；第九届监事会共有监事7人，其中股东监事4人，职工监事3人。公司现任独立董事有不同的专业背景，并具有丰富的法律、财务会计及金融投资等方面的专业经验。

公司自上市以来，积极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。与境内外投资者一直保持良好的沟通关系，及时、准确披露公司经营状况和重大事项等信息。公司董事长、总裁和监事会主席三职分设，形成了权责明确、相互制衡的治理架构。公司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。



风险控制及管理

2018年，在推进供给侧结构性改革、行业转型升级的背景下，公司始终坚持为广大消费者提供高质量的产品和服务，不断开拓创新，致力于深化企业改革，提升经营管理水平，实现有效益、有质量、可持续发展。

面对内外部环境的变化，尤其是新的商业模式、新技术、新方法等在经营管理中的广泛应用，如互联网、大数据等技术对传统制造业的影响，公司及时识别和评估这些

变化对公司发展的影响，积极制定措施应对由此而带来的风险。

在经营管理上，公司坚守合法合规运作，切实维护股东利益，积极回应利益相关者的关切，建立了较为完善的内控制度体系和评价体系，并聘请了合格的外部审计师对公司实施内部控制审计，内部控制审计报告连同公司年报一并对外披露，良好的公司治理推动了公司内部控制系统建设水平的提升，较好的防范了公司经营管理风险。

创新赋能 焕发活力

创新，让 115 年的青岛啤酒始终充满活力、激情焕发，成为企业界基业长青的新“标杆”。

产品创新

青岛啤酒以消费者为中心，根据定制化、高端化、个性化的消费需求，不断加速产品创新步伐，成功推出经典 1903、纯生、奥古特、鸿运当头、全麦白啤、黑啤、IPA、皮尔森、原浆等一系列特色产品，形成 70 多种新产品研发储备。



备，对应切入不同的细分市场，只为满足不同消费者的需求。IPA 瓶装新品、鸿运当头必胜杯、世界杯缤纷加油罐、十年之交夜猫子啤酒……包装个性鲜明，成为啤酒市场上的新爆点。



生产模式创新

个性化需求推动了生产模式的转型，由规模化生产到大规模定制甚至个性化定制生产。靠着多品种、小批量、定制化的产品策略，青岛

啤酒精准地把握住了正在升级、日益个性化的消费需求，产品结构进一步优化，同时在创新转型中实现质量、效率的双提升。

渠道创新

2018 年，携手阿里巴巴零售通，签约京东商城，布局盒马鲜生、网易严选、小米优品，无缝链接市场新生态。电商销量、利润实现均

衡快速增长，步入高质量发展阶段，天猫同比增长 65%、京东同比增长 133%。

企业定制合作常态化发展

企业定制合作常态化发展，逐步完善定制酒业务合作模式，实现企业团购定制业务标准化、常态化。2018 年新春再度携手必胜客，推出青岛啤酒鸿运必胜杯，打造万科、

爱恋珠宝等企业定制业务，青岛啤酒 & 网易严选、青岛啤酒 & 周黑鸭等渠道定制业务跨界合作，引领个性化定制的时代先声。



青岛啤酒与京东战略合作签约仪式



青岛啤酒鸿运必胜杯




商业道德与合规

青岛啤酒公司认真贯彻十九大精神、十九届中纪委二次全会精神，聚焦主责主业，紧紧围绕公司经营管理中心，落实高质量发展要求。

2018年，通过开展政治巡察、强化纪律审查、深化监督监察、开展纪律教育、调整机构设置等多措


并举，促进公司党风廉政建设工作及反腐败工作取得新成效。领导干部的责任意识、担当精神不断提高，广大党员的遵规守纪意识不断加强，“不敢腐、不能腐、不想腐”的长效机制不断完善，为公司的健康发展提供了有力的保障。

1 党风廉政建设




党风廉政建设目标责任书签订仪式

2 党性教育




党委书记黄克兴讲党课

3 内部巡察




纪委书记李艳巡察青啤三厂

4 自身建设




公司第三期纪检监察干部业务培训

5 党建活动



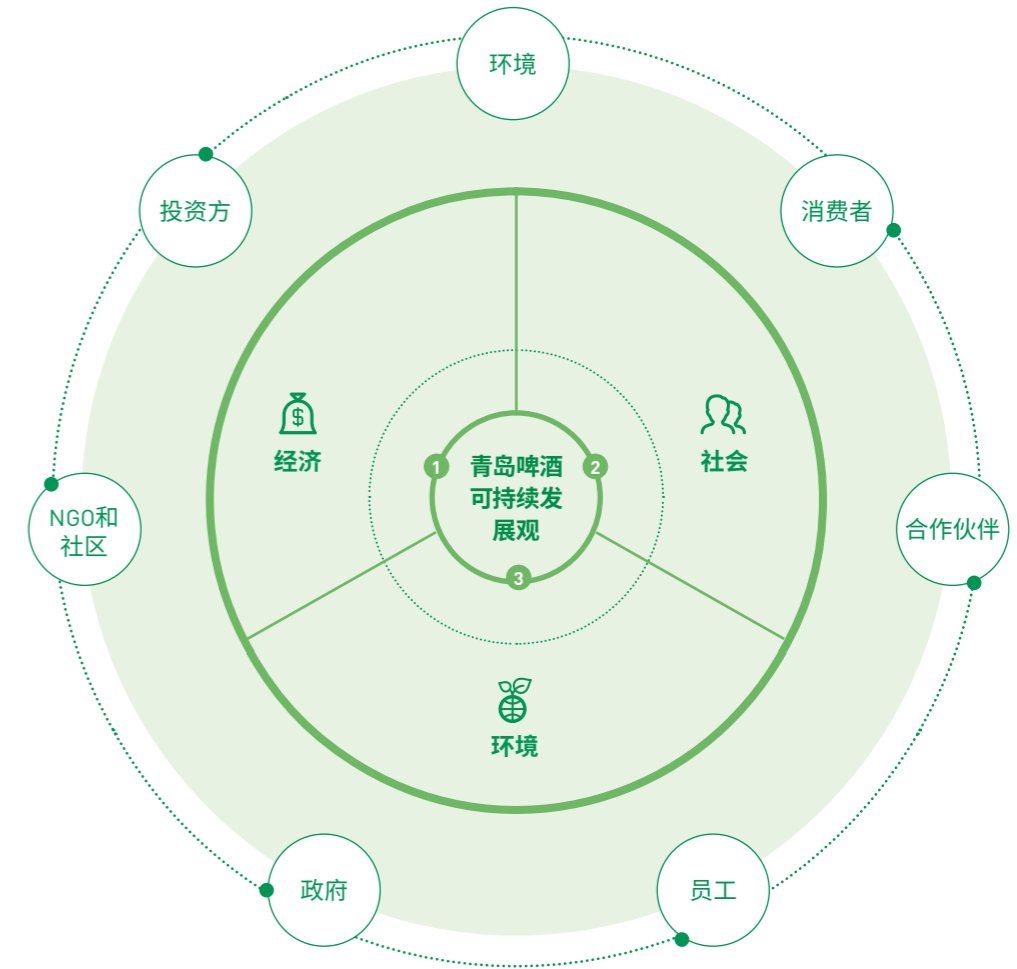
古田会议红色教育党建活动

党建活动



“不忘初心 牢记使命 重走长征路”主题活动

与价值链伙伴合作共赢



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



115 年只为酿造好啤酒



国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒（济南）有限公司酿造部部长
姜伟



国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒二厂品管部品评管理
宋洁



国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒汉斯宝鸡有限公司品管部 BQA 管理
杨君华



国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒（成都）有限公司品管部品评管理
唐耀华



贯穿整个供应链的产品管理



姜伟

国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒（济南）有限公司
酿造部部长

食品安全方针

青岛啤酒严格遵守国际、国家及地方的法律法规要求。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，识别出啤酒生产过程中的关键控制点进行严格管控，从而保证为消费者提供满意的合格产品。

创新食品安全管理

青岛啤酒建立了从源头物料、生产过程及物流销售等产品全生命周期的食品安全管理制度，涵盖 GMP、生产过程危害分析、食品安全防护管理等 30 多个管理流程。

食品安全战略管理

运用 ISO22000、HACCP、PAS220、美国 FDA 食品安全管理体系和食品安全防护计划，建立了覆盖产品全生命周期的青岛啤酒食品安全管理体系。公司把产品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。同时，建立并完善了食品安全责任追究制度，强化落实食品质量安全主体责任、强调事先预防，防范食品安全问题的发生，充分保障产品质量。



宋洁

国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒二厂品管部品评管理

源头严防

建立严格的供方质量资格管理，实施严密的物料风险监测，切实把好质量第一道关

• 多维度的供方质量管理

严格按照公司供方质量管理流程实施供方准入管理，对于在资质管理、产品监控、现场审计方面出现问题的供方实行“一票否决”机制。

• 严密的物料监控体系

制定严格的抽样流程，遵循全覆盖的监控原则，实施靶向性的风险监控，对识别出的风险物料加大监控频次。

产品严查

建立科学有效的市场监控系统，客观全面评价产品质量

• 拓展品类及销售渠道的监控监测，持续推进终端产品的质量管理，延伸市场监控品类全覆盖、抽样多渠道、包装形式及特殊物流形式的全面监控。

• 建立专项监控模式，针对焦点问题、风险项目制定监控计划深入严查，防范质量风险。

过程严管

所有工厂建立标准化的质量管理体系和模式，有效把关，保证质量和食品安全

• 完善管理红线，升级评价管理系统

完善公司食品安全红黄牌制度，推进工厂逐项排查、落实、整改；升级食品安全评价工具，借鉴国际先进的安全评级系统，建立覆盖全生产过程食品安全查核评价工具；完善食品安全事故应急响应、产品撤回（召回）管理制度，加强演练测试。

• 质控体系以“人员、管理、检测方法、仪器、数据系统、质控评价”的质控“六统一”为基础，在确保质控工作符合性前提下，逐步强化把关有效性。推进现场审计和远程审计结合、模块管理和区域管理结合、强化现场验证等工作，持续开展严苛缜密的质量把关，确保产品质量。

• 培养高技能队伍，严把口味质量

持续强化公司工厂各级品评人员技能，培养高技能品评团队，国家级啤酒品评评委中青啤评委占 40%、并在全国啤酒品评技能大赛中包揽冠军，居行业首位。品评技能广泛应用到质量管理工作中，从原辅料进厂至产品出厂全程口味把关，推动产品质量持续改进。

2018 年

国家监督核查未发现违法事件、
产品监督抽样合格率

100%

公司监督核查未发现红黄牌事项、
产品监督抽样合格率

100%

捷报频传 连获大奖

青岛啤酒是世界顶级啤酒之一，品质过硬的基础上，青岛啤酒还保持了纯正的口感，获奖再次印证了青岛啤酒的良好品质。

——德国杜门斯啤酒学院负责人
维尔纳·格罗斯纳

青岛啤酒非常棒，优秀的品质、口感和悠久的历史是青岛啤酒脱颖而出的原因。他认为，中国啤酒行业的质量近年来一直在提升，中国拥有广大的市场，啤酒产业在中国有大量的发展机遇和成长空间。

——欧洲啤酒之星主办方
德国私人酿酒协会总经理
罗兰·丹姆莱特纳

“泡沫丰富、酒体饱满，包含着复杂的风味，令人回味悠长；色彩如黑玛瑙般极其吸引人，非常适合搭配餐饮并且特别适合饮用。”

——世界啤酒锦标赛 (World Beer Championships) 评委会

2018年11月，在美国举行的世界啤酒品评大赛“世界啤酒锦标赛”中，青岛啤酒产品以出色的口味与品质征服评委味蕾，一路“过关斩将”夺得金奖。随后，在德国

南部城市纽伦堡举办的“2018欧洲啤酒之星”大赛中，青岛啤酒来自全球51个国家、2344款啤酒产品中脱颖而出，荣获“欧洲啤酒之星”大奖。



欧洲啤酒之星大奖



世界啤酒锦标赛金奖



获中国质量奖提名奖

2018年，青岛啤酒凭借“双叠加三解码质量管理模式”获得第三届中国质量奖提名奖，这也是食品行业首次获得此项殊荣。

坚守匠心 引领质量新时代

2018年4月10日，主题为“坚守匠心 引领质量新时代”的青岛啤酒第40届“提高质量纪念日”主题活动暨“双叠加三解码”质量管理模式发布会在青岛啤酒厂举

行。青岛啤酒公司老中青三代酿酒师代表齐聚一堂，参与和见证了第40届“提高质量纪念日”主题活动暨“双叠加三解码”质量管理模式发布仪式。

“双叠加三解码”质量管理模式解锁消费者“独特口感”

从“符合高标准”向“满足高需求”转变

消费者主权时代，青岛啤酒独创“双叠加三解码”的质量管理模式，重新定义好啤酒就是：“基础质量+特色质量”的双叠加。通过消费者需求解码、产品解码和工艺解码的“三解码”路径，满足和引领消费者对高品质、多元化、个性化的舌尖需求。

在青啤看来，消费者主权时代的质量跃升，不能单从产品指标层面考量，更要符合消费者对啤酒独特性和典型性的需求，消费者体验需求的满足才是好啤酒的标准。

为此，青岛啤酒近年来创新推出20多个品类、1500多个品种规格的产品矩阵，细分消费市场，具有差异化特色，引领和满足消费者的个性化需求，在强手如林的国际市场上独树一帜，赢得消费者舌尖上的青睐。

其中，“双叠加三解码”的关键就是运用青啤独创的风味图谱解析能力，通过科学的方法和艺术的手段，把消费者模糊的、感性的、个性的不同喜好，解码成精确、理性、标准化的生产工艺流程，满足和引领消费者舌尖需求。



杨君华

国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒汉斯宝鸡有限公司
品管部 BQA 管理



唐耀华

国家级啤酒评酒委员
青岛啤酒(成都)有限公司
品管部品评管理

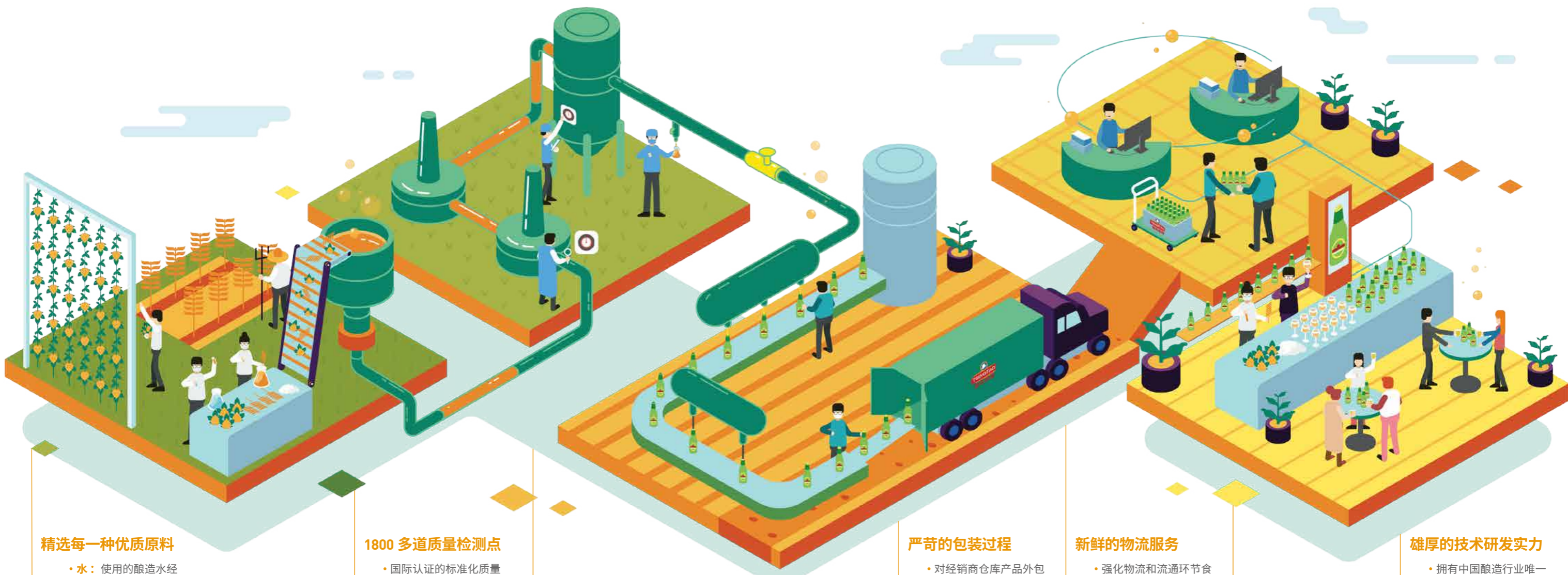
360 度全价值链 匠心酿造“中国质”

青岛啤酒提出“360度全价值链”管理，建立全员质量管理理念和管理体系。在青啤人看来，质量控制要向产品的上下游进行延伸，

建立从设计研发、原料采购、生产制造、包装物流到产品销售的全员质量管理理念和管理体系，从而提高质量管理的系统性和全面性。

每一瓶青岛啤酒，都经过1800多道质量检测点，一粒大麦、一颗酒花、甚至一滴水都在青啤人的手中呵护、优选。品质的坚守，

匠心的传承，为青岛啤酒115年来的可持续发展提供了源源不断的内生动力。



精选每一种优质原料

- **水**：使用的酿造水经过7级处理及100多项指标的监控
- **大麦**：精选体型饱满、色泽光亮的国内外优质大麦，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
- **百年酵母**：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

- **酒花**：使用有“捷克黄金”之称的捷克萨兹酒花和西北地区独特地理环境生产的新疆、甘肃酒花，对加工过程实施跟踪

1800 多道质量检测点

- 国际认证的标准化质量控制体系，啤酒生产质量检测点超过1800个
- 统一的质量管理标准，对下属各工厂质量管理情况进行实时跟踪与监控
- 建立针对酿造原料和酒液直接接触材料的第三方食品安全集中监测机制

贯穿始终的品评把控

- 全方位品评体系，贯穿啤酒酿造过程始终
- 所有与酒液直接接触材料，包括啤酒瓶盖垫片、刷瓶水等全部纳入品评范围
- 已出厂、在售的青岛啤酒，按照规定定期抽样品评，保证啤酒在货架期内的质量

严苛的包装过程

- 对经销商仓库产品外包装质量现场查核
- 持续完善产品外包装评价体系，增加BSC考核指标
- 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

新鲜的物流服务

- 强化物流和流环节食品安全管控，推进物流信息化建设，提升供应链效率，遵循“绿色物流”理念，减少物流对环境的影响，“像送鲜花一样送啤酒”
- 通过全面落实库存管理制度，实现了从销售环节到物流环节再到客户的全过程管理，提高产品新鲜度

热忱的客户服务

- 一体化垂直管理的客服管理体系，奉行“四个统一、一个满意”，即：统一管理、统一标准、统一服务、统一理赔和用户满意的宗旨，使服务更加专业化、标准化、规范化和精细化
- 打造专业化服务团队，推进客户服务运营
- 信息系统功能管理升级，为客户提供更多服务支持

雄厚的技术研发实力

- 拥有中国酿造行业唯一的国家级重点实验室，2018年获“优秀类国家重点实验室”
- 是加拿大啤酒大麦技术中心、德国赫尔啤酒花研究所、美国酿造化学家协会、英国国际酿造研究所机构会员；与澳大利亚默多克大学、德国杜门斯啤酒学院、美国酒花技术协会、法麦粮食协会、丹麦诺维信公司、清华大学、江南大学等多家机构开展广泛的交流与合作

从国宴到家宴 做消费者最喜好的啤酒

在青岛举办的上海合作组织成员国元首理事会第十八次会议，青岛啤酒作为上合组织青岛峰会的赞助企业，再次亮相国宴餐桌，款待四海宾朋。上合组织青岛峰会，青岛啤酒共提供了包括上合定制礼盒、鸿运当头、原浆桶啤、经典1903、经典、青岛纯生、奥古特、全麦白啤、青岛黑啤、青岛IPA、

皮尔森等11款产品、17种产品规格的多元化、特色化青岛啤酒，满足各国宾客不同的口味需求，赢得了大家的一致认可和点赞。

更多的时候，青岛啤酒国宴品质，出现在老百姓的餐桌上，从国宴到家宴，品质恒久如一。

2

“9月，在外交部山东全球推介活动上，德国驻华大使葛策两次谈及青岛啤酒。“青岛啤酒节吸引了众多游客，包括许多德国的酿酒厂和酿酒师。青岛啤酒早期按照德国的纯酿法酿造，根据本地的口味调整了配方，这样和中国口味相互融合，我认为非常可口。”

——德国驻华大使葛策



“许多外国领导人喜欢上了青岛啤酒。普京总统在夸宴会好、焰火表演美轮美奂之余，不忘补充一句‘今

天的啤酒特别好’。纳扎尔巴耶夫总统对青岛啤酒更是赞不绝口。”

——《人民日报》客户端《12个故事，告诉你一个不一样的峰会》



3

“啤酒以城市得名，城市因啤酒飘香，已经诞生了100多年的青岛啤酒，如今跨洋越海远销100多个国家和地区，按照销量粗略统计，平均每一分钟，全球的消费者都会饮用40000瓶中国制造的青岛啤酒，青岛把飘香的味道散播到世界。

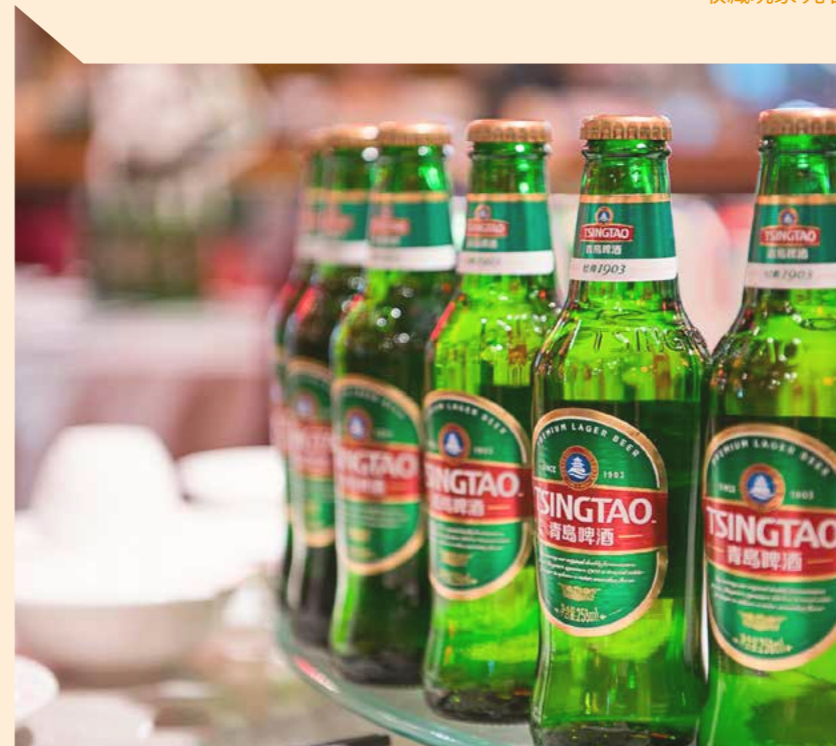
——中央电视台《朝闻天下》报道

4

“从小时候为父辈上街“打啤酒”，到现在与亲朋欢聚时激情畅饮。青岛啤酒带给我的不仅仅是味蕾上的感受，而是尽情释放自我的完美体验。上百种的瓶瓶罐罐不

仅仅是单纯的收藏，也是对青啤发展的一种见证，对时间的收藏。而每一个藏品的背后都有一个故事，我们通过收藏这种特有的方式传递青啤文化。

——收藏玩家 元君





绿色酿造

青岛啤酒践行“绿水青山就是金山银山”的生态发展理念，通过实施环境保护、低碳管理和循环经济，实现与大自然的和谐共处。

污染物排放达标率

100%

烟尘排放量同比减少

25.89%

优化管理

青岛啤酒严守法律法规底线，2018 年识别国家发布的法律法规及管理要求 28 项，及时掌握国家环保法规及管理新要求、新动向。



2018 年结合新发布法律法规编写、修订完善了 8 项环保管理制度，不断完善环保管理体系。将最新的法律法规变化融入公司环保核心查核卡，用于工厂环保管理绩效评价及自主提升改进。建立环保管理过

程跟踪指标，每月跟踪各工厂的过程管理数据，确保所有污染物稳定达标排放。

青岛啤酒高度重视环保培训，积极打造环保专业队伍。所有环保从业人员持证上岗，组织实施环保技能大赛，甄选环保专家人才，提升工厂环保管理水平。邀请环保部门专家进行专业培训，确保从业人员技能持续提升。

水资源保护与再利用



水是生命之源，节约用水一直是我们节能降耗工作的重中之重。公司秉承源头削减、过程控制、深度处理、梯级利用的节水理念，采取了多种有效的节水措施：强化洗瓶机的用水控制，实施清酒灌连续进酒，提高反渗透设备制水率，并对啤酒生产过程中产生的溢流水、冷凝水、设备冷却水、中水等回收循环利用，提高水的利用效率。

青岛啤酒目前所有生产厂均建有污水处理系统，且稳定达标排放。污水处理系统主要采用厌氧生物法 + 好氧生物法进行处理。其中 UASB+ 活性污泥法、UASB+ 接触氧化法为主要处理工艺。

2018 年青岛啤酒按新法规要求，安装总氮总磷等在线监控设施，6 家工厂进行了污水系统工艺优化改造升级。2018 年单位产品污水排放量同比下降 2.22%。



单位产品耗水量

3.85 立方米/千升



污水达标排放率

100%

2018 年单位产品耗水量
同比 2017 年下降

0.43%



能源管理与节能技术运用



单位产品耗煤量

35.43 千克 / 千升



单位产品耗电量

64.78 千瓦时 / 千升

系统思考、过程控制、提高能源利用效率，打造绿色节能环保企业一直是青啤人的不懈追求。2018年青岛啤酒持续推进节能项目改造和节能新技术的应用，通过完善能源管理制度、优化设备配置、细化过程管理，取得了显著的节能效果。

2018 年单位产品耗煤量
同比 2017 年下降

2.75%



2018 年单位产品综合能耗
同比 2017 年下降

2.29%



2018 年千升冷麦汁二氧化碳回收量
同比 2017 年提高

2.23%



节能新技术的应用

新增 14 家工厂应用煮沸新工艺，降低蒸汽消耗；新增 14 家工厂应用酿造新技术，降低水、电、蒸汽消耗。

节能项目的推广

3 家工厂实施洗瓶机保温，10 家工厂对制冷、配电、锅炉、CO₂ 回收等动力运行设备进行完善与更新，3 家工厂对 CO₂ 回收系统的冷量进行综合利用。

细化过程管理

持续推进 51 项节能项目的实施，细化运行参数，提高运行效果。热能回收、冷凝水回收、清酒罐连续进酒、包装设备连锁控制、杀菌机冷热平衡、余热制冷、复叠制冷、电机变频控制等节能项目的运行效果持续提升。

日照公司智能节能系统的应用

通过动态跟踪空冷站冷却水实时的温度变化，自动调整水泵电机转速、电流来降低电动机的运行功率，同时通过优化电动机的运行效率，达到节能目的。节电率可达 30% 以上。

节电率可达

30%



污染物减排及应对气候变化



使用外购蒸汽和天然气工厂的比例提高到

91%



二氧化硫排放量同比减少

10.1%



氮氧化物排放量同比减少

20.26%



烟尘排放量同比减少

25.89%

大力推进煤改气使用清洁能源。已在 38 家工厂推广使用天然气锅炉，19 家工厂安装沼气锅炉，减少温室气体排放；3 家工厂进行燃气锅炉低氮改造，进一步减少氮氧化物排放，使用外购蒸汽和天然气工厂的比例提高到 91%。

推广二氧化碳回收利用项目：二氧化碳回收量稳步提高，减少温

室气体排放，近四年累计回收的二氧化碳量，相当于种植了 460 万棵 30 年树龄的冷杉树。

二氧化硫排放量同比减少 10.1%，氮氧化物排放量同比减少 20.26%，烟尘排放量同比减少 25.89%。



天然气锅炉改造



二氧化碳回收设备

循环经济与废物的资源化利用

青岛啤酒秉承“减量化、再利用、资源化”的 3R 原则，实现资源回收利用最大化，综合利用价值同比提升 6%。

公司所有工厂产生的危险废物均委托有资质单位合法合规处置，2018 年危险废物产生及处置量同比减少 2.5%。

2018 年在青啤二厂试点源头车间产生的有机高浓废水作为下游污水处理厂碳源。污水处理厂日接纳

青啤二厂有机高浓废水量 60 余吨 / 天，替代部分外购碳源，降低了污水运行费用；青啤二厂则减少了 COD 的排放量，降低了对环境的影响。该项目既产生了经济效益，又产生了环境效益，且实现了两大企业的双赢。

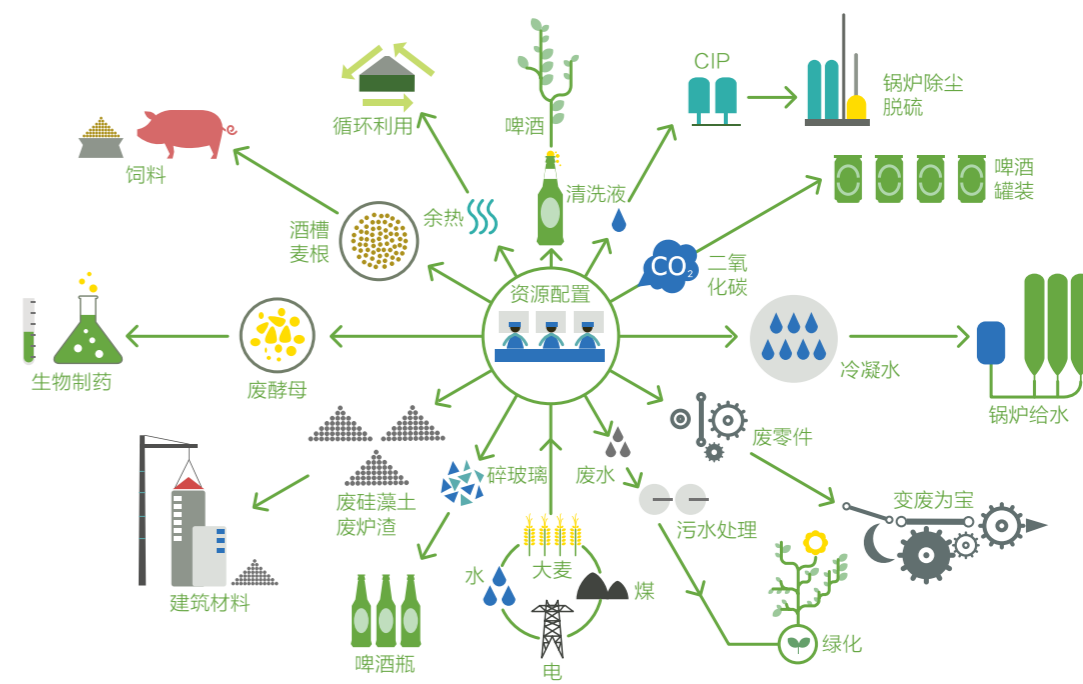
工厂将废旧物资制作成环保工艺品，充分调动了员工的积极性和想象力，在工厂内形成了一股环保行动风。



青岛啤酒二厂用废旧零件制作成大黄蜂



青岛啤酒厂把废旧物资变手工艺品



发起全员护绿大行动，积极宣传绿色环保

青岛啤酒自2015年6月，率先在行业内成立了“环保志愿者联盟”。各单位也相继成立了环保志愿者组织，号召全体员工开展绿色低碳行动。2018年青岛啤酒持续开展万人护绿大行动，以“蓝天保卫战”为主题，号召近万名青啤志愿者开展植树造林，低碳出行，环保宣传，水源地保护，废物再利用等千余项活动。以实际行动美化环境，减少污染物排放，践行绿色低碳生活。

在环保重大节日，“地球一小时”“世界环境日”等设计宣传海报，通过自媒体多途径，号召全体员工熄灯一小时，多种树、少开车，节约资源，美化环境，减少温室气体排放。把低碳环保理念向消费者，向全世界传递。



世界环境日宣传海报



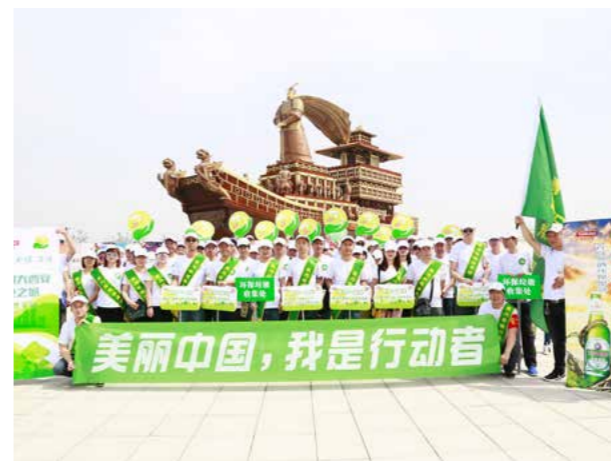
福州公司环保志愿者联盟



潍坊公司环境日启动仪式



日照公司开展环保植树活动



西安公司汉昆明池美化环境环保志愿者活动



寿光公司绿色空间部落



关爱社会

青岛啤酒以“责任引领”可持续发展，更加注重经济效益和社会效益的平衡：一直关注理性饮酒、关注环境保护、在全国各地的工厂开展各类志愿者公益活动、设立关爱基金扶贫济弱、实施精准扶贫计划等，为员工、消费者、利益相关方奉献爱心。

精准扶贫，向青岛平度市大泽山镇捐赠

500 万元



倡导理性酒—— 理性文明，拒绝 酒驾

- 未成年人不宜饮酒，并进行禁止饮酒教育
- 孕产妇要避免饮酒，母乳喂养不能饮酒
- 驾驶者要杜绝酒后驾车，不乘坐酒后司机驾驶的车辆
- 病人在医疗期间应避免饮酒
- 不要无节制地饮酒，适量饮用，避免空腹饮酒

我们的主张
不宜饮酒人群

- 产品标识“过量饮酒，有害健康”
- 宣传“开车不饮酒”公益口号
- 开发生产低酒精度、低热量产品
- 开展倡导理性饮酒知识宣传
- 公司网站入口设置友情提示

我们的行动
健康饮酒生活



2018年10月，青岛啤酒股份有限公司总裁樊伟以中国酒业协会酒与社会责任促进联盟轮值主席单位领导身份，与联盟其他轮值主席、副主席单位领导共同参加了在北京举办的“理性文明，拒绝酒驾”2018全国理性饮酒宣传周大型公益活动。

2018年10月15日-10月19日是全国理性饮酒宣传周，青岛啤酒积极参与理性饮酒宣传推广，在青岛啤酒博物馆 TSINGTAO 1903 旗舰餐吧，青岛啤酒“理性饮酒”宣传活动全面启动，向游客宣传、

倡导“理性文明 拒绝酒驾”，并现场邀请游客签下“平安承诺”，理性饮酒从自己做起，身体力行。

青岛啤酒作为中国酒业协会酒与社会责任促进联盟轮值主席单位，始终主张并践行理性饮酒的社会责任，并积极响应“理性饮酒周”大型公益活动，号召未成年人不饮酒、孕产妇避免饮酒、杜绝酒后驾车、拒绝无节制饮酒等。主张消费者享受啤酒带来的以健康为基础的快乐，倡导绿色、健康、品质的生活方式。

精准扶贫—— 500万“青啤福泽” 计划

青岛啤酒公益助学

来自青岛大学临床医学专业2017级的董雯洁同学说：“青啤公司作为一家有社会责任感的公司，能够多年如一日地为大学生提供奖学金，这不仅仅可以改善学生的学习生活，更是对学生的一种激励和肯定，让我在今后的学习生活中，能够鼓足干劲，充满信心，并把这种公益精神传递下去。”

“在我的印象中，青岛啤酒历史悠久，在全中国乃至全世界都首屈一指，而如今更已经成长为一家有内涵、有良知、有经验、有活力的国际大公司，为国家经济发展和社会进步作出卓越的贡献。”来自青岛大学诉讼法学专业2017级的刘斌表达了自己对于青啤公司的认知，并表示一定会以青岛啤酒为榜样和目标成为一个有良心和社会责任感的人，好好学习、好好工作，不忘初心、回馈社会。



2018年是国家精准扶贫的重要一年，青岛啤酒积极响应中央精准扶贫的号召，主动承担社会责任，以实际行动服务、回报社会，针对经济薄弱镇发展需求，开展精准扶贫工作，助推经济薄弱镇“摘帽”。青岛啤酒捐助大泽山镇政府500万元扶贫款，定点资助平度市大泽山镇建设5条旅游观光路，50个旅游观光屋和5个乡村振兴文化广场，扶助大泽山镇提速致富路、释放致富新动能、造福当地百姓，构建了扶贫攻坚、乡村振兴的长效机制。

此外，寿光公司、西安公司、绿兰莎公司等都在当地为国家扶贫工作贡献力量，合计捐助52.4万元。

中国红十字会总会向2018年度为中国人道事业做出重要贡献的捐赠人和单位授予“中国红十字博爱奖章”，作为山东省唯一入选单位，青啤公司自2008年以来第二次获此殊荣，以社会公益责任的担当传承了中华民族乐善好施的传统美德，弘扬了“人道、博爱、奉献”的红十字精神，展现了守望相助的人道主义情怀。

青岛啤酒从1996年开始就与青岛市教育发展基金会一起成立了青岛啤酒教育基金。截至2018年，青啤奖学金项目已在青岛大学实施23年，共有1648名学生获得奖励。青啤奖学金是截至目前在青岛大学设立时间最长、资助资金最大、资助人数最多的奖学金项目。青岛啤

酒不仅实施经济上的资助，更注重学生的全面发展与成长，实施了“青啤助梦工场”项目，为家庭经济困难学生提供实习机会，鼓励学生积极参与就业培训、社会实践等，起到了良好的育人效果，对推动学校人才培养，促进学校事业发展发挥了重要作用。



关爱社会——我们在您身边

2018年六一前夕，公司工会、青啤好人代表——五厂段广智、郴州公司何军以及成都公司、四川销售员工组成的爱心志愿者团队，带着公司的嘱托，奔赴北川，回访援建的青啤曲山镇小学，看望“十年·共成长”项目的孩子们，发放助学金，走访助学家庭，并为评上县级称号的三位优秀教师发放助教金。

在参加助学活动期间，“青啤好人”段广智和何军表达了希望与受赞助的学生牵手，共同助力公司

“十年·共成长”北川娃圆梦计划的意愿。他们表示，作为青啤好人，此行圆了他们的个人梦想，可以通过自己的力量，让受助者不再孤单，绽放幸福的笑容，这是每一位青啤爱心志愿者的初心。

目前，公司领导、员工以及外部志愿者有800多人参与此项目，这场爱心接力仍在持续。青啤志愿者团队连年荣获中国红十字、山东省红十字颁发的最佳团队奖。



2018年，公司各单位员工积极开展形式多样的爱心志愿者公益活动，累计公益活动48次4677人次，在志愿献血活动、志愿环保活动、志愿陪伴活动、志愿捐助冬衣活动

等常规活动的基础上，又增加了许多关注特定人群（老人，孩子，残障人士、环卫工人等）的关爱类志愿活动，更好的强化企业的社会责任，促进社会和谐。



在热心教育事业上，自2009年起，青岛啤酒就与中国青基会建立了良好的合作关系，向全国贫困地区捐建希望小学，资助搭建快乐体育园地。2018年，公司携手中国青基会成立“青岛啤酒青少年体育发展基金”，并共同

推出“筑梦想益起来”公益计划。一方面招募大学生进行公益支教；另一方面继续硬件资助，捐献爱心运动场。从单一的硬件资助升级为硬件资助与软件教育相结合，更全面、更精准的助力贫困地区体育教育事业的发展。



筑梦想 益起来

纪晓亮是山东体育学院体育专业大二的学生，也是青岛啤酒“筑梦想 益起来”公益活动第一批志愿者。通过这个活动，他来到泰安东陆房小学，用一个月时间教这所山区小学的孩子们爱上了篮球，不仅让孩子们在运动中强健了体魄，也对外面的世界充满了梦想和渴望。

赞助体育、文化活动——弘扬积极向上的时代精神

2018年12月17日，北京冬奥组委举行北京2022年冬奥会和冬残奥会官方赞助商发布会，青岛啤酒正式成为北京2022年冬奥会和

冬残奥会官方赞助商。是继赞助北京2008年奥运会之后青岛啤酒又一次携手奥运，荣膺“双奥”身份。

2018俄罗斯足球盛会，青岛啤酒送上“缤纷加油罐”，瞬间成为球迷“最出彩”的足球助威方式。亚冠、中超、CBA三箭齐发，携手球迷为激情打Call；尖叫之夜、因乐而生，点燃着青春的热情；参与山东省运会，打造全国专属马拉松青啤风景线；青岛啤酒节海内外火力全开，不断创造啤酒节的新玩法。

参与山东省运会，打造全国专属马拉松青啤风景线；青岛啤酒节海内外火力全开，不断创造啤酒节的新玩法。



青岛啤酒签约冬奥



申雪 赵宏博 齐广璞为北京冬奥助威

“青岛啤酒品牌耳熟能详，青岛啤酒这么多年也一直在支持体育事业。以前参加国际比赛时，能在国外的餐厅和酒吧里喝到国产啤酒，特别亲切、自豪。不管走到世界哪个角落，能有家乡的民族品牌和中国人站在国际舞台上为国争光，感到无比荣耀。希望更多有社会责任、民族情怀的企业参与到奥运事业中来。”

——奥运冠军 申雪

“青岛啤酒是走向国际比较早的品牌，我们在国外品尝或向朋友介绍家乡的啤酒时，是很高兴的一件事情。2010年温哥华冬奥会时，我们大家共同举杯庆祝，喝的就是青岛啤酒，希望2022年冬奥会举办成功，参赛出彩的时刻，我们共同向世界举杯，也喝青岛啤酒。”

——奥运冠军 赵宏博



世界杯助威活动



携手亚冠



赞助中超联赛



牵手 CBA



为青岛马拉松喝彩



助力山东省第24届运动会



青岛啤酒节在全国遍地开花



和谐价值链

员工始终是青啤公司最宝贵的财富，公司始终坚持“以机制激活人力资源，营造和谐发展氛围，为员工创造快乐”，致力于创建具有国际影响力的最佳雇主。围绕“合适的人干合适的事”的人才观，全面赋能员工，助力员工快乐工作、快乐生活。

同时，青岛啤酒也不忘以一颗感恩的心对待上下游合作伙伴的鼎力支持，力求与每一位合作伙伴“共盈、共赢、共荣”。

获得政府
安全荣誉

131 项

2018 年员工快乐
指数达到

91.61%



让员工安全、健康、快乐的工作



获得政府安全荣誉

131

项

连续

10

年

获得山东省安全生产先进单位的称号



青岛啤酒以“让员工成为健康安全快乐工作的场所”为愿景和奋斗的目标。

2018 年公司深化应用核心查核卡为手段，提升全员安全意识，培养专业队伍。公司全年未发生重伤及以上安全生产责任事故，连续 10 年获得山东省安全生产先进单位的称号，遍布全国各地的工厂争创当地安全管理模范，2018 年公司 45 家单位获得 131 项政府安全荣誉（其中 12 家单位获得 13 项省级荣誉，29 家单位获得 40 项市级荣誉）。

公司用“最坚决的态度，最严格的标准，最有效的监管，最严厉的手段”，确保安全管理要求落地执行。“党政同责，一岗双责，齐抓共管、失职追责”。2018 年，公司首次为各经营单位设定差异化可衡量考核指标，通过 4230 份安全

目标责任书层层分解，将安全责任落地到班组和岗位，全公司 1157 个班组中涌现出 12 个安全管理标杆班组。

持续强化安全团队建设，2018 年新增国家级注册安全工程师 22 人，截止目前全公司合计拥有 78 名国家级注册安全工程师。全公司 325 名安全专职管理人员，全部通过政府考核，持证上岗，安全队伍更加专业。

持续开展“我的安全我做主”主题活动，举办总裁安全公开课；各单位开展了安全承诺、安全宣誓、亲情寄语、演讲比赛、漫画、征文等丰富多彩的文化活动，提高全员安全意识。组织开展多种形式的安全教育培训，累计全员人均培训 46.95 学时，远超国家全年人均培训学时的要求，安全文化更加深入人心。

关爱员工



2018 年，公司工会看望生病员工及家属 372 人次，累计慰问品慰问金 25.7 万元。启动“关爱基金”网上申报程序，各捐助和被救助单位从之前单一的接受救助，到现在的全程参与救助金核定以及慰问工作，使基金管理更透明化、规范化，单位和个人的参与积极性提高。

2018 年公司工会以创建“一站一屋”服务品牌为主要抓手，为员工办实事，为企业减压。建设“职工服务站”，做好企业员工服务工作。目前，共有 22 家单位申报并成功获得上级工会的资金支持。公司工会下拨资金，打造本埠工厂样板服务

站和员工普惠项目，例如，青岛啤酒厂职工服务站集服务项目、活动场所、职工书屋为一体，专人负责，受到上级单位的好评与兄弟单位的学习借鉴。“爱心妈妈小屋”为哺乳女员工提供方便，小屋建设与“职工服务站”建设相结合，打造工会“一站一屋”职工服务新模式。

2018 年青岛啤酒厂、四厂、五厂 3 家单位获得“青岛市模范职工之家”荣誉称号。其中，青岛啤酒厂、青岛啤酒五厂“职工之家”获得全总 2.5 万元的赠书 270 多套，满足广大员工阅读需求。





保障员工权益 关注员工健康

青岛啤酒严格遵守法律法规要求，尊重员工权利和意愿，通过职代会、厂务公开、民主管理、员工社区、微信公众号、内部刊物、制度保障等多项载体加强与员工的沟通交流，完善员工关系管理体系，确保了员工权益的有效保障。

合法合规
雇佣

青岛啤酒坚持合法合规底线，依法依规与员工履行劳动合同和缴纳社会保险/公积金。在员工录用、晋升及薪酬待遇上，不因民族、宗教、性别、年龄、婚姻状况等差异而有所差别对待。坚持公开公正录用，内外部招聘信息均通过招聘渠道公开进行；年度内未发现公司任何业务存在雇佣童工或强迫劳动的现象。

保障平等
权利

青岛啤酒严格遵守国家和省市相关规定，员工享有带薪休假、产假病假休息、定期体检、健康培训等权益。为员工提供了完善的社会福利与保障体系。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，坚持基于效率、效益的投入产出的工资增长管理模式。

公平合理的
薪酬与福利

帮助员工 快速成长



评选出业代岗位明星

1095^名



2018 年员工快乐
指数达到

91.61%



连续五年稳定在

90% 以上

为员工赋能

以提升经营作战能力、锻造技能标杆为核心，实施技能大赛、岗位明星竞赛。聘任“金牌技能专家”，打造技能人才共享平台；工厂助理技能师以上人才占比提高 5.4%；举办第七届职业技能大赛，培养选拔知识型、技术型、创新型的高技能人才，一线单位参与率 100%，入围决赛的工厂较上届增加 50%。

2018 年，新推出“基层业务人员岗位明星竞赛”，重点打造、赋能营销一线的岗位明星和工匠能手，已评选出 1095 名业代岗位明星。

提升员工满意度 增强员工获得感

公司持续开展员工快乐指数与敬业度调研，关注员工在情感关怀、职业发展、薪酬福利等方面的看法。2018 年员工快乐指数达到 91.61%，连续五年稳定在 90% 以上。尤其是女性员工、新生代员工，满意度均高于平均值。

雇主品牌建设

青岛啤酒升级更新雇主品牌网页，帮助求职者了解青啤公司雇主文化，通过雇主形象建设，在求职者、大学生、外部供应商中获得了充分认可。本年度先后荣获中国人力资源开发研究会“企业人才发展优秀企业奖”“中国典范雇主”“中国大学生喜爱雇主”“HR 管理团队典范”“中国卓越雇主百强”“第十六届中国大学生最佳雇主新零售行业 TOP15”等荣誉。



“2018 年中国典范雇主”获奖奖杯

与商业伙伴 共盈、共赢、 共荣



全力帮助供应商

2018年，我们继续秉持供应链共同发展的理念，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，提高效率、降低能耗，打造了一条绿色、高效的产业链。

真心扶持 经销商

青岛啤酒充分尊重和认可每一家经销商，希望和经销商朋友一起，

在发展的过程中共同成长，实现共创、共享和共赢。



环保提升

公司主动提升对供应商环保管理，监督供应商环保设施改造，要求供应商自我加压，目前和公司合作的纸箱、瓶盖、商标、易拉罐等供应商均满足环保要求，也保证了物料供应。

新瓶商已全部达标排放，但公司仍有计划推进更清洁的天然气窑炉改造，减少污染物排放。

资金支持

2018年，向啤酒瓶供应商提供资金支持，用于供应商淡季存瓶，保证供应商安全度过库存期，保持企业正常运转，支持旺季安全供应。

向纸箱供应商采取提前支付部分应付账款，缓解供应商资金紧张局面，保证生产安全。

向麦芽供应商提供资金支持，分别在甘肃和内蒙地区进行大麦订单种植，推动国产大麦的发展。

输入先进管理，开展 技术交流

财务公司分别在东南、西北等地区召开财务现场沟通会，讲解财务金融政策，向大宗物料供应商提供票据贴现，支持供方资金周转。

推动糖浆供应商介入玉米淀粉期货市场，两次召开期货技术交流，提高供应商期货应用水平，以平抑采购成本。

2018年，公司共审计拜访供应商300余次，输入先进管理，帮助供应商提升管理水平，提高质量，与青岛啤酒共发展。

通过长效的运营评估机制，对经销商经销区域和产品实施动态管理，推动战略经销商运营能力不断提升。



在海南三亚召开2018青岛啤酒全球经销商大会，公司领导、各单位业务团队和经销商团队1200余人参加。

组织开展“经销商管理最佳实践交流培训”和“经销商共赢班专题培训”，有效提高经销商的经营意识和市场运作能力。

2018 年荣誉

类别	奖项名称
公司形象类	最具竞争力企业
	最受赞赏的中国公司（13 度荣膺）
	中国受尊敬企业（15 度荣膺）
	2018 年度匠心荣耀品牌
	入选 2018 年（第十四届）《中国 500 最具价值品牌》排行榜，品牌价值 1455.75 亿元
	改革开放 40 年中国酒业功勋企业
	致敬四十年杰出商业力量典范
	2018 首席传播官金奖 世界杯营销奖
	金投资金奖
	“世界啤酒锦标赛”金奖
产品品质类	“欧洲啤酒之星”大奖
	中国轻工业联合会科技进步一等奖
	中国制造十佳品质杰出贡献奖
	金箸奖 2018 中国食品标杆企业
资本市场及社会责任类	中国企业社会责任年会最佳社会责任报告
	年度最受投资者尊重的上市公司奖
	2018 中国典范雇主及 HR 管理团队典范
	中国卓越雇主百强
人才发展优秀企业	

第三方评价

报告评价

2018 年，我国啤酒行业继连续四年产销量下降以来，首次出现了产量微增。根据国家统计局数据，2018 年 1-12 月，我国规模以上啤酒企业累计产量 3812.2 万千升，同比增长 0.50%；同时行业销售收入和利润总额实现双增长。此外，进口啤酒和出口啤酒均呈现较大幅度增长；酒类竞品迅速发展、消费粘性下降、品类文化薄弱和原料供应风险等因素激增，成为影响啤酒行业发展的当务之急。

从《青岛啤酒股份有限公司 2018 环境、社会及管治报告》（下

称《报告》）可以看出，2018 年青岛啤酒在行业深度调整、成本上升等多重压力下，采取“调结构、提费效、降成本、提效率”战略措施，匠心坚守引领质量提升和消费潮流，在创新转型中实现“质效齐升”；同时，不断研发多元化、个性化和定制化产品，在互联网渠道上创新再升级，开创“新零售”消费新局面。

长期以来，青岛啤酒坚持可持续发展模式，着力实现商业价值与环境价值、社会价值的统一协调发展；重视商业道德自我约束及党风

廉政建设工作；坚持价值链伙伴合作共赢；同时积极推进绿色酿造战略，并通过倡导理性饮酒、大力支持社会公益、弘扬社会正能量等各项工作，不断彰显优秀民族企业的社会责任，体现中国品牌的责任和担当。

作为行业管理者与服务者，我们坚信，在中国啤酒业深度调整的重要时期，青岛啤酒必定能够发挥“责任引领”的龙头作用，成为中国啤酒行业坚持可持续发展的企业榜样，肩负起将中国啤酒品牌和文化推向世界巅峰的重要责任。

报告建议

在多元化、个性化消费需求迅速发展的新时代，啤酒品牌的文化建设必须依附于啤酒品类文化的厚实基础。建议青岛啤酒在探索技术创新、渠道创新、营销创新的同时，加强对啤酒品类文化的传播，打造啤酒消费新场景；加强价值链伙伴合作和风险预案应对机制，以开放胸怀共创和谐共赢的发展未来。

同时啤酒业同仁展开广泛对话和沟通，促进行业建立共享、共赢、良性竞争的发展模式；充分发挥啤酒业领军企业作用，肩负起民族品牌的担当与责任，持续推动民族品牌国际化，积极参与国际社会公益活动，在世界舞台中国民族品牌国际形象和影响力。

——中国酒业协会啤酒分会



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 2018 年环境、社会及管治报告》。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 “前言”部分
- 2 “115 年只为酿造好啤酒”部分
- 3 “绿色酿造”部分
- 4 “关爱社会”部分
- 5 “和谐价值链”部分
- 6 “2018 年荣誉”及第三方评价部分



请与我们联系：

地址：中国山东省青岛市市南区香港中路五四广场青啤大厦公共关系管理总部266071

电话：0532-85785641

传真：0532-85720051

电子邮件：zhutt@tsingtao.com.cn

您如何评价本报告？

	好	一般	不好
· 可读性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 中肯性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 排版设计	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· 总体印象	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

您对我们下一年度报告的建议？



青岛啤酒在报告印刷上的环保措施

本书采用含 75% 废纸成份
通过 ISO14001 环境体系认证的再生纸印刷

