

青島啤酒股份有限公司
环境、社会及管治报告
2019



关于本报告

报告范围

本报告是青岛啤酒股份有限公司第十二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 60 家全资和控股的啤酒生产企业以及 2 家联营及合营啤酒生产企业，2019 年 1 月 1 日至 2019 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 2019 年。

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。

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（ESG）指引》重要性、量化、一致性原则以及《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。

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

可持续发展指标	02	18 116 年 只为酿造好啤酒
领导致辞	04	
关于我们	06	
28 美丽中国，我是行动者 绿色酿造		38 I ♥ TSINGTAO 关爱社会
46 和谐价值链		2019 年荣誉 56 第三方评价 57 您的反馈 58

青岛啤酒的可持续发展指标

2019年，是青岛啤酒公司开拓进取、再攀高峰的一年。面对啤酒行业进入成熟饱和期、成本持续上涨、消费需求变化等诸多挑战，我们创新驱动，提出“整合平台资源实现高质量跨越式发展”新战略，推动经营业绩创下历史新高：2019年，青岛啤酒继续保持行业领先，实现销量、营收、利润大幅增长。

我们不忘初心、牢记使命，以高质量党建的“红色引擎”引领高质量发展；以“十三大攻势”为主线，抓落地、抓执行；再度斩获“世界啤酒锦标赛”金奖，迈入“魅力质量”新时代。亮相跨国企业领导人峰会、踏出海外举办青岛啤酒节的第一步；“私人定制”模式再升级，对传统制造模式的颠覆变革。通过实施“快乐”“健康”“时尚”三大战略板块做厚主业；拓展青岛啤酒可持续发展的空间。成功上市王子海藻苏打水，填补了海洋大健康饮品的市场空白；深化组织变革，成立供应链中心、健康饮品事业总部，完善组织保障。勇担社会责任，倡导理性饮酒，倡导绿色健康品质的生活方式，青岛啤酒正用更高层次的创新引领消费潮流，以更多维度的变革展现责任担当，创造美好生活。



经济责任

公司历来重视对投资者的回报，自1993年上市以来，累计23年现金分红

71 亿元

指标	2019年
销售量 / 万千升	805
营业收入 / 亿元	279.84
归属于母公司股东的净利润 / 亿元	18.52
每股收益 / 元	1.371

环境责任

单位产品耗水量同比
2018年下降

2.99%



单位产品二氧化碳采购量
同比2018年下降

3.85%



单位产品综合能耗同比
2018年下降

4.93%



社会责任

公司员工人数

38169 人



2019年公益慈善投入

310 万余元



员工“关爱基金”
救助大病员工

22 人

累计

63 万余元



2020年支持
新冠肺炎疫情防控

1081 万元现金

303 万元物资



董事长 致辞



“
在一个巨变的时代当中，唯一可以超越变化的，是长期主义。我们将在深度参与推进品牌强国、制造强国建设的历史进程中，以高质量跨越式发展为主线，让全球消费者感受到青岛啤酒的匠心执着，感受到百年潮牌“自我超越”的十足劲头、百倍信心、铿锵步履，不断推动“中国制造”迈向发展的新高度。”

开创高质量跨越式发展新格局

2019年是青岛啤酒高质量发展里程碑式的一年，也是深度参与品牌强国、制造强国建设，抒写新篇的一年。

这一年，公司“整合平台资源实现高质量跨越式发展”战略掷地有声；深化组织变革同步推进，供应链中心、健康饮品事业总部、西藏省区相继组建；王子海藻苏打水铿锵上市；青啤三厂、日照公司、张家口公司、汉斯西安公司等改扩建项目势如破竹，公司新旧动能转换快马加鞭；“青岛啤酒节”走进“一带一路”实现多赢；私人定制升级变革引领先声……“大珠小珠落玉盘”，青岛啤酒以“企业家精神+工匠精神”铸就发展底色，以满足人们美好生活需要为出发点，开启了高质量发展的密码。

2019年，青岛啤酒累计实现啤酒销量805万千升，营业收入人民币279.84亿元；实现归属于母公司股东的净利润人民币18.52亿元。品牌价值1637.72亿元，连续16年蝉联中国啤酒行业首位，位列世界品牌500强。

坚持“以消费者为中心”的发展逻辑

2019年，青岛啤酒坚持以消费者为中心的发展逻辑，不断满足消费者日益增长的美好生活的需要。

品质消费是美好生活的应有之义。一年中，青岛啤酒问鼎国内外多项产品大奖：再次摘金“世界啤酒锦标赛”，在“基础质量+特色质量”基础上，推动青啤进入“魅力质量”新时代，只为带给消费者体验的“超预期”。

我们持续深化跨界产品、中高端产品研发，我们用更多新产品满足消费者多元化的需求、用新零售满足消费者便捷化需求、打造连锁酒吧满足消费者场景化需求……为人们实现美好生活创造了更多打开方式。

坚持“创新驱动”的发展逻辑

把握“高质量发展”这个关键词，唯创新为要。

能否不断追寻时代的新特征，能否不断创造价值，不仅是检验高质量发展成色的试金石，这也是117年来青岛啤酒基业长青的战略逻辑。

2019年，青岛啤酒确定了“整合平台资源实现高质量跨越式发展”战略，并提出了“品牌引领、创新驱动、质量第一、效益优先、结构优化、协调发展”的六大战略指引。

我们与管华诗院士团队携手，开发海洋大健康饮品—王子海藻苏打水，填补了海洋饮品市场空白；以西非国家利比里亚为起点，开启“青岛啤酒节香飘丝路行”系列活动，创新“节庆+城市推介+商旅文化”国际节会新模式，让世界与中国共情共鸣，给出讲好中国故事的新方案。这一年，公司勇于创新、勤于创新，在“产品创新”“生产创新”“销售创新”“场景创新”上实现多维突破，进一步丰富公司高质量发展的内涵与外延，为企业发展注入更多确定性的力量。

坚持“可持续”的发展逻辑

以立身立人，以强己强人，高质量发展的价值才愈加彰显。

2019年，公司不仅持续优化存量、布局增量，多家工厂实现升级扩建，新旧动能转换蹄疾步稳，还始终遵循可持续发展的产业生态逻辑，致力于打造一个板块间深度关联、跨界融合、利他共生的“啤酒+”产业生态圈系统，以平台资源实现价值倍增。

一直以来，公司更以责任担当筑牢未来，始终坚持“人的价值高于物的价值，社会价值高于企业价值”，实现企业与消费者、员工、股东和社会利益的携手共创、多维平衡。此外，坚持绿色酿造关爱环境；坚持捐资助学回馈社会；与甘肃陇南、贵州安顺以及山东菏泽、平度等地建立深度对口扶贫帮扶……成为最受赞赏中国公司、最受尊敬企业、最具竞争力企业、中国典范雇主，获得山东省唯一一枚“中国红十字博爱奖章”。

在一个巨变的时代当中，唯一可以超越变化的，是长期主义。我们将在深度参与推进品牌强国、制造强国建设的历史进程中，以高质量跨越式发展为主线，让全球消费者感受到青岛啤酒的匠心执着，感受到百年潮牌“自我超越”的十足劲头、百倍信心、铿锵步履，不断推动“中国制造”迈向发展的新高度。

青岛啤酒股份有限公司
董事长

2020年3月

关于我们

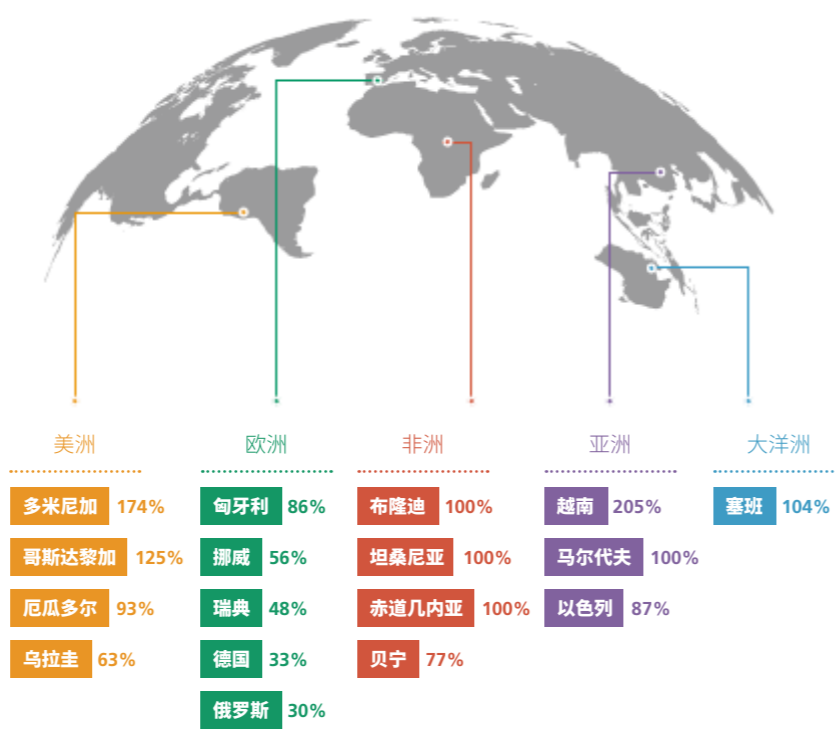
我们的公司

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 2019 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜，青岛啤酒以 1637.72 亿元的品牌价值连续 16 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 2019 年底，公司在全国 **20** 个省、直辖市、自治区拥有 **60** 家全资和控股的啤酒生产企业以及 2 家联营及合营啤酒生产企业，公司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，产品销售遍布 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。2019 年海外市场逆势增长，越南、以色列、乌拉圭、菲律宾等 17 个市场增长率达 50% 以上。



我们的品牌

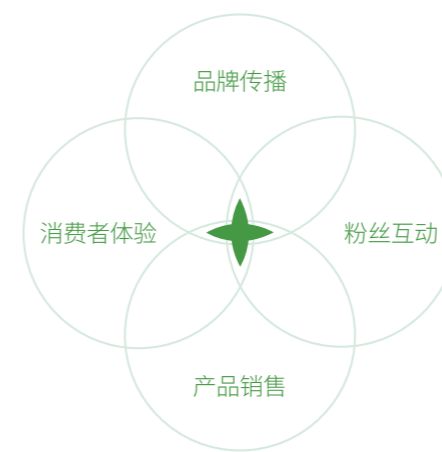
品牌组合 — "1+1" :



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:



品牌价值 **1637.72** 亿元，连续 **16** 年蝉联中国啤酒行业 **首位**

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



青岛啤酒公司第九届董事会成员

公司治理

于2019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8人，其中执行董事4人，独立董事4人（唐斌先生于2019年7月辞任非执行董事）；第九届监事会共有监事6人，其中股东监事4人，职工监事2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。

获得的资本市场荣誉

公司信息披露工作连续六年
获得上交所的认可

持续保持A级

入选恒生可持续发展
企业指数系列成份股

- 入选香港恒生可持续发展企业指数系列成份股，并于2019年9月9日开始生效。
- 入选其中的恒生A股可持续发展企业基准指数、恒生A股可持续发展企业指数、恒生内地及香港可持续发展企业指数成份股。

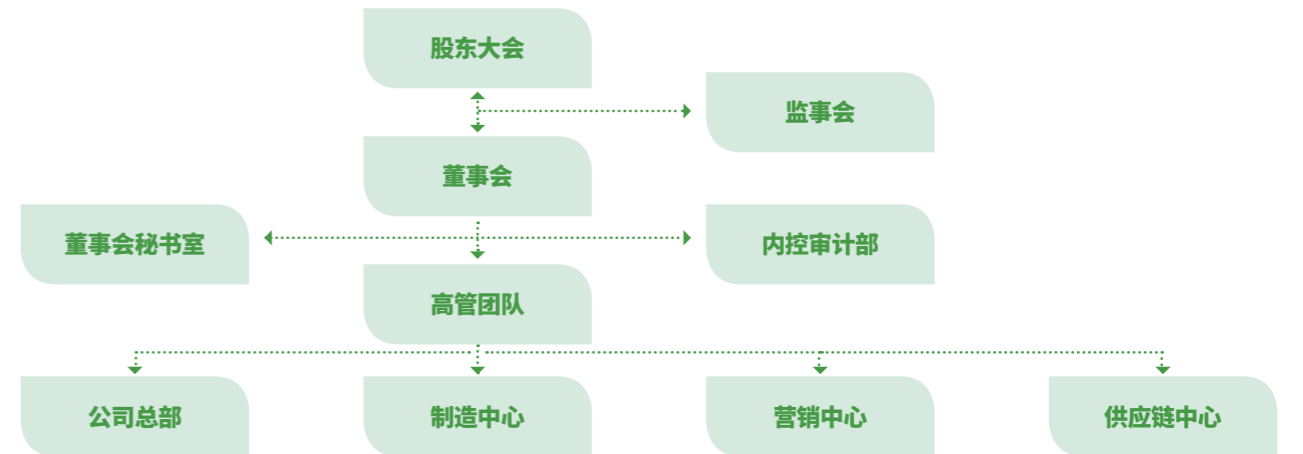
荣获中国上市公司
金牛奖两大奖项

- 10月31日，由中国证券报举办的第21届上市公司金牛奖颁奖典礼在北京举行，青岛啤酒荣获“2018年度上市公司百强奖”、青岛啤酒董事长黄克兴荣获“2018年度金牛企业领袖奖”，并成为青岛辖区上市公司中唯一获奖者。

资本市场以及社会各界对青岛啤酒投资价值以及公司治理、信息披露、投资者关系等方面工作给予了充分肯定，展现出了企业卓越的可持续发展能力。



青岛啤酒公司第九届监事会成员



风险控制及管理

2019年为应对内外部环境的变化，公司创新性地提出了“高质量跨越式发展”新战略，公司的全面风险评估工作紧紧围绕新战略展开，识别内外部环境变化产生的风险。

- 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，充分调动全体员工的积极性，大力开拓市场，提高促销费用的有效性，各项管理得到显著提升，品种结构得到持续优化，实现了销量和利润的双增长。
- 围绕战略及经营目标，以“十三大攻势”为总抓手，开展内部控制建设、风险评估、内控评价、营销审计、经济责任审计、工程项目造价咨询监督、开展价格链专项审计、物流管理专项审计，组织审计发现缺陷整改工作，有效促进了公司发展战略实施。

商业道德与合规

2019年，青啤公司按照“守初心、担使命、找差距、抓落实”的总要求，围绕公司经营管理中心工作，坚持问题导向，精准监督执纪问责，紧盯“关键少数”，实施标本兼治，多措并举压实“两个责任”，一体推进不敢腐、不能腐、不想腐。与时俱进推动纪检监察机构改革，开展多层次、立体化、经常性的纪律教育活动，聚焦日常监督、巡察监督，注重严管和厚爱相结合，实现了组织有力、职责清晰、配合有效的工作局面，为企业高质量跨越式发展提供了有力保障。



党风廉政建设会议



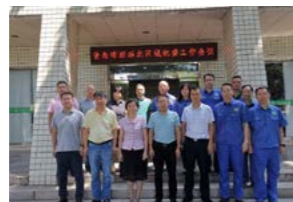
向公司党委、公司纪委述责述廉



进行警示教育培训



以区域纪委工作会议形式，对工厂和市场进行赋能



纪检监察体制改革



党风廉政教育讲座暨第四期纪检监察干部业务培训班



巡察监督

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

打造“快乐、健康、时尚”三大板块

2019年，公司围绕“整合平台资源实现高质量跨越式发展”新战略，着力打造“快乐、健康、时尚”三大业务板块。做强做优啤酒主业的基础上，牵手院士“掘宝”海洋大健康，研发上市王子海藻苏打水，领航“海洋+健康”新趋势，打造公司“健康”业务板块迈出坚实一步。

王子海藻苏打水领航“海洋+健康”新趋势

7月27日，王子海藻苏打水上市发布会正式举行，青岛啤酒公司以勇立潮头的使命担当，加速海洋科技成果转化惠及民生，依托中国酿造行业唯一的国家重点实验室的研发资源，与中国海洋大学科研团队同向发力，突破了实验室科研成果在消费领域转化的技术难题，实现了产学研深度融合，合作推出了王子海藻苏打水。这不仅填补了海洋健康饮品的空白，也是打赢“海洋攻势”的积极落地之举，更是“海洋强国”战略与“健康中国”战略在消费品领域的普惠之举。



亮相江苏卫视跨年演唱会



牵手“幸福三重奏 2”综艺节目

我们都知道，海藻作为海洋的馈赠，就像我手中美妙的音乐一般，拥有着澎湃身心的力量。欣赏音乐是一门高雅艺术，让生活得以升华；品尝海藻苏打水是一种健康体会，让生活得以沉淀。音乐无界，对于健康和品质的热爱也没有界限。希望这款美好的海藻苏打水，可以搭载着海洋的乐谱，把健康的音符传递给更多人！



代言人 朗朗

获新加坡健康促进局颁发的“健康优选”标识



HPB(新加坡健康促进局)批准青岛啤酒生产的“TSINGTAO 苏打水”使用HCS标识(HealthierChoice Symbol, 中文译“健康优选”标志)。

这款有着海洋般蔚蓝色包装的青岛啤酒苏打水饮品在新加坡各大商场、超市的货架上市后，便吸引了本地消费者的关注和青睐。



爱运动 爱健康 活出年轻态



活力派对 共享健康

产品创新 满足多元化需求



夜猫子啤酒

2019年双11，青岛啤酒限量版“夜猫子啤酒”升级来袭。音乐才子华晨宇正式出任青岛啤酒“首席夜猫子”，邀你举杯共饮夜猫子啤酒，一起畅游夜猫子的花花世界。



海外产品



皮尔森

“欧洲啤酒之星”大赛中，青岛啤酒皮尔森从全球51个国家2344款啤酒中脱颖而出，荣获“欧洲啤酒之星”大奖。2019年皮尔森焕新，“极简、纯粹、本真”的产品调性，用富有感召力的传播方式和富有创意的表达形式引发消费者的关注力和品鉴兴趣。



国潮罐

2019年3月21日青岛啤酒1903复古装潮品发布会举行，携手天猫国潮行动，以“百年国潮”为主题带来一场沉浸式的复古国潮秀。



《麦田与柏树》

《向日葵》

《星月夜》

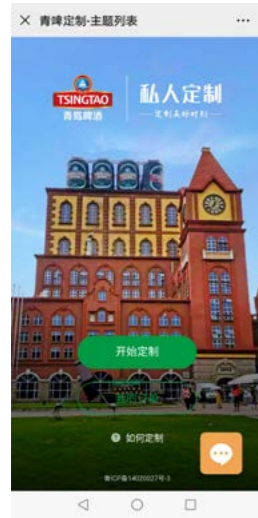
白啤梵高珍藏罐

推出《遇见》文特森梵高世界艺术大师全麦白啤珍藏纪念罐，将梵高的《星月夜》、《向日葵》、《麦田与柏树》三幅经典作品呈现在全麦白啤的罐体上，用斟享一杯啤酒的时间，走进梵高的世界。

十二星座啤酒

青岛啤酒12星座铝瓶，以12星座为主题，配合年轻人消费喜好的啤酒，迎合了潮流啤酒文化与时尚酒品包装等新型消费需求，成为众多时尚人群的啤酒首选。

生产创新 私人定制 满足个性化需求



2019年7月27日，以“定制美好时刻”为愿景的青岛啤酒私人定制平台正式上线，这意味着一种全新的定制体验和生活方式开启，赋予了消费者现代化个性生活的无限可能，拉开了啤酒私人定制的新零售大幕。如今，青岛啤酒定制业务完成了从3000箱“企业规模定制”到15箱“私人定制”的实质性突破。



渠道创新 满足便捷化需求

优化供应链综合能力 打造优质的客户体验

引入 京东物流	<ul style="list-style-type: none"> 优化 CDC 仓配运作 降低物流成本 提升订单响应速度
联合 菜鸟物流	<ul style="list-style-type: none"> 实现计划准确率提升 库存周转明显加快
上线 架海金梁	<ul style="list-style-type: none"> 优化信息化流程 售后指标持续攀升

2019 电商平台最亮眼品牌

年货节	618	双11
销售收入同比增长 181% 天猫旗舰店 啤酒类目店 铺排名第一	销售收入同比增长 173% 青岛啤酒 天猫、京东双 线夺冠	天猫、京东、 苏宁，青岛啤 酒全网 增速第一

包揽天猫啤酒类目 各项最高荣誉

3月夺得 “2018年度杰出贡献集团” 大奖	9月斩获 “2019年度酒类舰长奖” 大奖	12月荣膺天猫 大食品最高级别奖项 “年度最受欢迎品牌”
------------------------------	-----------------------------	------------------------------------

上线AR VR全景店铺、 增强互动流量提升



双11会员招募榜单第四，活跃会员占比16.34%，高于同行活跃会员13倍

身临其境的购物感受之外还能享受1对1的私人导购服务，点击进入，即可跟随虚拟助手进入360度的全景消费场景，AR+VR有效解决从流量导入到订单转化；天猫双十一期间互动率增长超过350%

通过粉丝互动增加了消费者粘性，提升了消费者停留时长，增加了消费者与青岛啤酒的互动性

拓展新渠道 网红直播初现成效

薇娅直播 单场5分钟 售罄2万箱	抖音牛肉哥 以经典量贩装 拓展抖音用户群	华晨宇代言 出任首席夜猫 引发网络热议 12小时 售罄36万瓶
------------------------	----------------------------	---

社区互动再升级 满足场景化需求



青岛啤酒始终坚持以消费者为中心，以时尚个性化的设计、快乐的啤酒文化、亲情化的和谐氛围、高品质的生活方式，为消费者打造家门口的“第二客厅”——TSINGTAO1903活力酒吧。通过构建啤酒消费新场景，对应消费结构调整，多样化、品质化、个性化、定制化，满足不同消费群体的体验需求；开展多维度特色体验活动，全景、深度地与消费者互动，传播啤酒文化赢得好口碑，倡导时尚生活新格调；体验式互动营销，平台化社区服务，拉近消费者距离，满足品质消费升级新需求，让消费者认识到一个充满活力、时尚化、年轻化的青岛啤酒。截至2019年底，TSINGTAO1903活力酒吧已在全国布局11个城市，开设50家门店。

116年
只为酿造
好啤酒



360度
全价值链管理

1800多个
质量检测点

01

贯穿整个供应链的产品管理

食品安全方针

青啤公司严格遵守国际、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。

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。青啤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。

创新食品安全管理

青啤公司建立了从源头物料、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。

对标国际食品安全标准实施管控

- 对标国际食品安全标准实施风险管控，将食品安全监控标准的范围拓展到欧美、日韩等国际先进国家和地区；
- 建立风险物质检测方法数据库并使之达到国际先进水平，对啤酒及主要酿造原料进行风险筛查并实施管控。



2019 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒二厂总酿酒师 梁刚

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

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

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



2019 年度最佳产品质量奖
青岛啤酒厂总酿酒师 张涪

● 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，实施靶向性的风险管控，对识别出的风险物料加大监控频次。

● 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，促进工厂严管严控；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、产品召回（召回）管理制度，加强演练测试。

建立严格有效的全过程品评把关体系：加强源头、系统品评风险管控，提升一线自主把关能力，精准帮扶新建工厂，培养高技能品评队伍，通过二级品评的开展，从原辅料进厂至产品出厂全程即

时严格把关，推动产品质量持续改进。

质控体系遵循“人员、管理、检测方法、仪器、数据系统、质控评价”的质控“六统一”，在确保质控工作符合性前提下，推进原辅材料质量前置管理、优化高效检验方法、提高一线自主把关能力、培养质控人员一岗多能，进一步打造简洁高效的质控把关系统，提升 QA 把关效率，持续开展严苛缜密的质量把关，确保产品质量。

- 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监测，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

2019 年

国家监督检查未发现违法事件，产品监督抽样

100% 合格

公司监督检查未发现红黄牌事项，产品监督抽样

100% 合格

捷报频传 连获大奖

问鼎国内外多项大奖

3月，在美国“世界啤酒锦标赛”(World Beer Championships)的Best Spring Lager Competition比赛中，青岛啤酒奥古特特征服评委味蕾，荣膺金奖。



全面质量管理获国家认可

8月28日-29日，全面质量管理推进暨中国质量协会成立40周年纪念大会在北京召开。此次大会以“全面质量管理助力高品质发展”为主题，共有来自全国各地优秀企业以及日本、韩国、欧洲、美国等海外质量管理机构的代表2000余人参加。青啤公司获颁“全面质量管理推进40周年杰出推进单位”称号，青啤寿光公司“一度电”QC小组、青啤二厂“群英”QC小组入选2019全国优秀质量管理小组。



11月初，亚洲颇具影响力的“新加坡金字品牌奖 (SPBA) 暨首届中国十大行业领军品牌颁奖典礼在新加坡举行。该奖项以表彰中国市场最优质的、具有引领作用的标杆品牌为旨归，青岛啤酒赢得海外市场和业界专家的双重认可。



获新加坡金字品牌奖 (SPBA)

向“魅力质量” 新时代跨越

4月10日，在青岛啤酒第41届“提高质量纪念日”主题活动中，青啤公司提出以“摘金夺星”的世界金奖品质为起点，在“基础质量+特色质量”基础上，推动青啤进入“魅力质量”新时代，只为带给消费者体验的“超预期”。



魅力质量，就是要超越消费者预期，带来意外惊喜的质量。青岛啤酒将质量分为：基础质量、特色质量、魅力质量，三者是相互融合，层层递进的关系，魅力质量是在前两者基础上的升华。在洞悉消费者的基础上，解析消费者喜爱啤酒的本质，进行跨学科、新领域探索研究，最终创造出消费者物超所值、意外惊喜的魅力质量体验。



2019年度最佳产品质量奖
青岛啤酒宝鸡有限公司总酿酒师 闫英



2019年度最佳产品质量奖
深圳青岛啤酒朝日有限公司副酿酒师 王成红



2019年度最佳产品质量奖
青岛啤酒(徐州)彭城有限公司总酿酒师 孙大钧

创建消费者需求解码系统，实现以消费者需求为导向的魅力质量

建立“全供应链”的魅力质量指标体系，加快新产品开发和技术创新创造魅力质量，满足消费者多元化、个性化、定制化的需求

持续塑造具有魅力质量的 品牌体验，持续弘扬工匠精神、心无旁骛攻主业、坚守匠心力求完美，为消费者提供愉悦体验

推进全员魅力质量管理，从单一的产品魅力质量到品牌的魅力质量、服务的魅力质量、文化的魅力质量、消费者感知与体验的魅力质量，企业管理的魅力质量

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。质量的坚守，匠心的传承，为青岛啤酒 116 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
- **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
- **大麦**：精选体型饱满、色泽光亮的国内外优质大麦，从产地的选取、品种选择、种植、收获到运输、储存各个环节都有严格的检测程序
- **大米**：设立专门种植基地及稻谷专库，现场取样，委托第三方进行大米全项检测；对供应商进行全覆盖的现场核查；对种植基地土壤、水、空气等环境以及生长全程进行监控，确保食品安全

1800 个质量检测点

- 国际认证的标准化质量管理体系，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，采购食品安全合规率达到 100%

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

- 强化物流和流通环节食品安全管控，为消费者提供优质产品
- 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，提升市场竞争力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

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
- 实施“六化管理”：管理体系化、工作制度化、赔偿标准化、服务专业化、行动军事化、贯穿人情化的管理模式
- 利用先进信息管理系统，建立便捷的客服工作人员、消费者沟通渠道，有效提高客服工作效率及服务质量
- 建立以客户服务中心、一线业务单位、经销商大客户有机关联的三级客服网络，针对各类市场反馈，三方快速协同解决，实现“服务无缝隙”对接

雄厚的研发实力

- 拥有酿酒行业唯一的“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”，并获首批认定中国轻工业重点实验室
- 作为主要完成单位，参与制定 2 个国家标准，牵头组织制定 4 个团体标准，完成发布技术标准 46 个
- 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；2019 年与澳大利亚出口谷物创新中心、澳大利亚 InterGrain 公司、国内的江南大学开展技术交流
- 荣获省、市、协会科技进步奖等奖项 6 项

好品质 赢得好口碑

青岛啤酒节壁画“一带一路”商旅合作新蓝图



我认为在利比里亚举办青岛啤酒节是一个创新的举动，也是促进中利友好往来的新平台。青岛啤酒节作为国内知名的节会能够走出国门来到非洲来到利比里亚，其实不只是为了推广青啤的啤酒，更多地是能够带动中利商贸文化交流。希望利比里亚青岛啤酒节能够一年一年地办下去，成长为中利友好往来的新名片。

——中国驻利比里亚
特命全权大使 付吉军



“一带一路”倡议提出以来，青岛啤酒积极开拓“一带一路”沿线市场，覆盖国家数量增加到目前近 60 个，2019 年仍然保持持续增长势头。

利比里亚是“青岛啤酒节香飘丝路行”的首站之行。青岛啤酒节将澎湃着新时代青岛“开放、现代、活力、时尚”的城市基因，以利比里亚为起点，畅行“一带一路”沿线的新加坡、韩国、德国等 15 个国家。通过打造以“青岛啤酒节 + 城市推广 + 商旅文化”为主题的国际节会新模式，以响应国家“一带一路”倡议，为助力青岛打造“一带一路”国际合作新平台贡献力量。



青岛的很多产品已经进入利比里亚市场，青岛市和蒙罗维亚市都是港口城市，双方在多个领域建立了良好的合作关系，相信随着类似青岛啤酒节这样的活动广泛开展，今后两国的经济文化交流会更加密切，发掘更大的合作潜力，实现共赢。

——利比里亚总统事务国务部长
纳撒尼尔·麦吉尔 (Nathaniel F. McGill)



饮用青啤的消费者跨越老中青三代，青啤的身影不仅出现在高中及大学的谢师宴会上，也出现在生日聚会、婚宴、满月宴、公司聚会、各大小型聚会活动中，在澳门，家有喜事，必饮‘大青’。

——澳门 刘先生



香飘镜海，情满濠江 澳门消费者心中的国货精品



“青岛啤酒醇滑细腻，清爽可口，回味无穷，自销售以来一直深受澳门居民喜爱饮用”，青岛啤酒作为连续十几年稳居澳门啤酒市场销量第一的啤酒品牌，在澳门备受欢迎，市场占有率超过 50%。

游走于澳门的街头，信步走进哪家餐馆里，只要说来点啤酒，老板的第一反应通常就是青岛啤酒。“在澳门，青岛啤酒被亲切地称之为‘大青’，对于很多喝啤酒的人来说，青岛啤酒是最常见的选择之一”。

邂逅寰球时尚 30 国世界旅游小姐



喝青岛啤酒搭配炸鸡已经成为了韩国年轻人的一种时尚，今天来到青岛，亲眼见证了青岛啤酒的酿造工艺，体验了青啤的百年历史文化沉淀，感觉不虚此行。

——韩国的世界旅游小姐



青岛啤酒尝起来味道十分醇厚，口感麦香洋溢、清冽可口，我一定会与亲朋好友共同分享这款源自东方的好味道。

——德国的世界旅游小姐选 Dana

9月30日，来自五大洲30多个国家的世界旅游小姐齐聚岛城，并以一场交织青啤元素与寰球时尚的魅力时装走秀，为现场游客、媒体绘下了一抹健康、靓丽的难忘印记。

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%

近五年煤炭
使用量减少
80.79%



优化管理

2019年针对国家及地方环保法律法规新变化，公司及时组织环境风险排查和合规性评价，修订完善了《大气污染防治管理规定》、《噪声污染防治管理规定》等7项公司管理制度。

2019年环保投资3200余万元，主要用于污水设施改造、燃气锅炉低氮改造、异味治理、噪声治理等。

青岛啤酒高度重视环保队伍培养，所有环保从业人员均持证上岗，通过定期邀请环保部门专家进行专业培训，组织实施环保技能大赛，甄选环保专家人才，持续提升从业人员技能和工厂环保管理绩效。



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，实施清酒罐连续进酒，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。

青啤公司目前所有生产厂均建有污水处理系统，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。2019年公司继续加强污水运行过程管理，确保关键工序运行效率更高，系统运行更稳定，总排口污染物浓度持续降低。



宝鸡公司废水经深度处理后进入厂内湿地，打造花园式污水处理站

案例

2019年新建张家口公司采用多种降低水耗技术，超滤装置、年产超滤水20160立方；三级反渗透装置、年节约自来水约15000立方；包装冲瓶水回收、污水MBR工艺，全年节约自来水27400立方。



超滤装置



三级反渗透

	单位	2017	2018	2019	2019年同比变幅
用水量	千立方米	30313	30613	30266	-1%
啤酒生产单位产品耗水量	立方米/千升产量	3.87	3.84	3.74	-3%

废水排放物种类及相关排放数据

	单位	2017	2018	2019
COD (直排)	吨	106	81	64
COD (合计)	吨	1078	1056	1025

能源管理与 节能技术运用

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。2019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。



千升折标冷麦汁
二氧化碳回收量
同比 2018 年提高
2.18%



单位产品二氧化碳采购量
同比 2018 年下降
3.85%



能源使用种类及消耗					
单位	2017 年	2018 年	2019 年	2019 年同比变幅	
煤炭	万吨标准煤	7.0	4.2	3.0	-30%
耗电量	千万千瓦时	51.5	52.2	52.1	0%
天然气	千万标准立方	6.93	9.43	9.84	4%
柴油	千吨	0.130	0.025	0.002	-92%
热力消耗	十亿千焦耳	3838	3826	3857	1%
啤酒生产单位 产品综合能耗	每千升产量标准煤	0.05	0.04	0.04	-5%

案例

新建张家口公司采用制冷机组可调内容积比装置、制冷系统蓄冷装置、应用双级压缩机等多举措降低电耗，全年可节约费用 61.82 万元，其中制冷系统分段冷却工艺单耗降低 2 千瓦时，年节约用电 20 万千瓦时。

节能新技术的应用

新增 10 家工厂应用煮沸新工艺，降低蒸汽消耗；新增 7 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

2 家工厂试点煮沸节能系统改造；3 家工厂实施洗瓶机/杀菌机保温；6 家工厂对制冷、空压、锅炉等动力运行设备进行完善更新；4 家工厂优化制水过程，降低冷热消耗。

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。持续提升热能回收、冷凝水回收、清酒罐连续进酒、杀菌机冷热平衡的节能效果，逐步完善包装车间余热回收利用、制水冷热平衡等节能项目的运行实施。

21 家工厂天然气锅炉效率实现同比上升，平均提升幅度近 3%；全公司同比节约天然气成本 467 万元。

污染物减排及应对气候变化

氮氧化物排放总量
同比减少
9%

二氧化硫排放总量
同比减少
5%

青啤公司倡导轻量化，减少包装材料使用量，采购低油墨纸箱和商标，增加环保制冷剂购买比例，采用节能减排新技术，降低水耗和能源使用量，减少温室气体排放。

公司严格遵守国家及地方环保法律法规要求，废水、废气等主要污染物全部达标排放；生产过程中产生的危险废物合法合规转移处置，一般固废合规处置或综合利用。

废气排放物种类及相关排放数据				
	单位	2017	2018	2019
二氧化硫	吨	133	39	37
氮氧化物	吨	445	219	199

已在 34 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；2019 年 11 家工厂 47 台燃气锅炉进行低氮改造进一步减少氮氧化物排放，氮氧化物排放总量同比减少 9%。

近五年来，20 家工厂淘汰燃煤锅炉，煤炭使用量减少 80.79%（按重量计），使用外购蒸汽和天然气工厂的比例达到 91.67%。工厂淘汰燃煤锅炉，预计 2020 年，使用外购蒸汽和天然气工厂的比例将达到 96.67%。



济南公司燃气锅炉低氮改造

环保培训

邀请专家进行污水在线运维及自行检测规范专业培训，进行环评及新版排污许可证申领专项培训，提升环保从业人员技能。



企业自行监测及在线设施管理规范性培训

循环经济 与废物的 资源化利用

青啤公司秉承“减量化、再利用、资源化”的 3R 原则，实现资源回收利用最大化。废料综合利用值不断提高，2019 年废料价值同比增加 6.9%。

青啤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，2019 年危险废物产生量较 2018 年同比下降 3%。无害废弃物产生量较 2018 年同比下降 7.4%。

生产过程中产生的酒糟、废酵母、碎玻璃、废纸箱等一般固废回收再利用。污泥、硅藻土优先选择用于生物肥原料，进行资源利用，2019 年污泥综合利用的工厂增加至 33 家，同比增加 5 家。

产生的废弃物			
产生量 (千吨)	2017	2018	2019
干酒糟 (千吨)	136.5	138.8	134.1
干酵母 (千吨)	11.3	11.5	11.6

全员护绿 大行动

2019年青啤公司环保志愿者组织开展各类环保活动200余次：“资源综合利用-寻找身边的瓶子”、“减少水体污染-幸福降磷”，其中“减少温室气体-感受行走的力量”，在环境日当天共4000余人参与，约走6594万步，相当绕地球1.6圈；号召大众低碳出行，少开车，减少污染物和温室气体排放；开展美化污水站、社区互动、垃圾分类宣传等，并通过微信、微博等自媒体宣传影响人数达10万余人，把低碳环保理念向消费者，向全世界传递，彰显了青岛啤酒“我为环境添点绿”主张。



1
青啤二厂开展的清扫河道周边环境活动

2
寿光公司开展的环境日街头宣传活动



昆山、三水公司开展的环境日健步行活动



3
4
5
青啤四厂、宝鸡公司、
昆山公司开展的绿化、
植树活动



九江公司的放飞梦想、爱护绿色环境活动

关爱 社会



公司向甘肃陇南、山东菏泽、平度等捐赠资金

700万元

向“心耳康复光明行动”捐赠

200万元



积极采购陇南农特产品近

300万元



精准扶贫 奉献力量

产业扶贫

青岛啤酒公司投资 4 亿元升级打造平度产业园；在菏泽增加投资 1.8 亿元。借助陇南青岛啤酒节、安顺青岛啤酒节等平台，为产业扶贫打造青啤特色。

- 6 月 29 日，由陇南市人民政府、青岛啤酒公司主办，青岛啤酒甘肃分公司承办的“‘干杯青岛，相约陇南’——陇南第一届青岛啤酒节”在武都开幕。本届啤酒节以青岛——陇南东西扶贫协作为契机，用啤酒节点燃市民激情、彰显陇南魅力，推动文化旅游招商等产业的融合发展和青岛陇南两地的深度合作。
- 7 月 26 日，青岛啤酒公司协办第五届黄果树国际啤酒节在安顺市黄果树旅游区盛大开启，青啤公司提供多系列的啤酒，助力在啤酒节期间举办的贸易促进会，推动文化、旅游、招商等产业的融合发展。

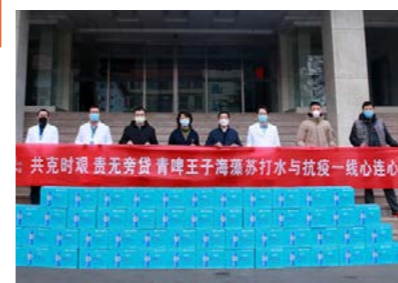
公益扶贫

向甘肃陇南、山东菏泽、平度等捐赠资金 700 万元；向“心耳康复光明行动”捐赠 200 万元，帮助贫困家庭的儿童、老人免费实施救治康复手术。



- 10 月 16 日，在“爱的传承”——青岛安顺陇南菏泽建档立卡贫困人口“心耳康复·光明行动”募捐救助仪式上，青岛啤酒捐赠 200 万元，为青岛安顺陇南菏泽建档立卡贫困家庭中的先天性心脏病儿童、失聪儿童和白内障老人免费实施康复手术提供资金支持。

共克时艰 责无旁贷



- 2019 年，青啤公司对口帮扶平度大泽山镇 500 万元的“福泽”计划进入了精准实施阶段：金山路、所里头十字涧路等 5 条旅游观光路已经建成，极大的改善了当地交通条件；大环路沿线的 41 座青啤观光小屋也修建完毕，开始向村民和游客们开放；石柱子村的乡村振兴文化广场成为深受村民们喜爱的运动和娱乐场所。
- 2019 年，青岛啤酒西安汉斯集团有限公司积极响应当地政府号召，投入 25 万元实施帮扶村道美化改造、村委会文化宣传园地 II 期建设等项目，得到了当地政府和帮扶村以及贫困户的好评。

消费扶贫

公司积极采购陇南农特产品近 300 万元。

新冠肺炎疫情牵动着全国人民的心，青岛啤酒公司在切实落实防控措施，把广大人民群众与员工的健康和安全放在首位的基础上，2020 年 1 月 29 日，青啤公司向青岛红十字会捐赠现金 1000 万元及价值 200 万元的物资，各单位捐赠 81 万元现金和价值 103 万元的物资，累计捐赠现金 1081 万元和价值 303 万元的物资，用于疫情防控工作。



同时，公司各单位也积极捐款捐物支持当地防控疫情的工作：菏泽公司、宝鸡公司等单位利用自身生产优势，向当地防疫部门捐赠自制消毒剂；山东省区等单位多方筹集资源，给当地防疫部门捐赠口罩、帐篷、生活用品等物资；湖北销售捐赠患者所需生活用品 600 套和医护人员打底衫 1200 件；公司还为援鄂医护人员家庭定期赠送啤酒、苏打水等慰问品，用实际行动支持抗击疫情的一线勇士。

“筑梦想·益起来” 公益支教

青岛啤酒携手中国青基会正式成立“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，主要分为“筑梦体育课”大学生公益支教、“筑梦运动场”爱心球场援建两大公益活动。2019年“筑梦想 益起来”公益活动全新出发，不仅继续捐赠爱心球场，还扩大了公益支教范围，36名优秀志愿者已启动全国18所乡村小学的体育教学支教活动。



青岛啤酒“爱心体育场”落地湖北随州



志愿者在给辽宁鞍山岫岩满族自治县前营镇中心小学的孩子们上课

获中国红十字会 博爱奖章

2019年1月17日，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分别授予“中国红十字博爱奖章”。其中，青啤公司是山东省唯一入选单位，也是自2008年以来第二次获此殊荣。



倡导理性饮酒

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，倡导“适量饮酒 快乐生活”，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。

我们的主张

不宜饮酒人群

- 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

健康饮酒生活

- 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



青啤五厂、华南营销、青啤二厂开展的理性饮酒宣传活动，为市民朋友讲解啤酒品鉴知识

关爱社会 传递温暖

2019年
公司及各单位员工积极开展形式多样的公益活动



2020年1月20日青岛市总工会、青啤公司开展送温暖活动，为到场的青岛市困难劳模和困难职工发放春节慰问“大礼包”



甘肃公司参加“学雷锋志愿服务月活动”暨妇女维权月宣传



彭城公司联合江苏销售组成的徐州国际马拉松赛助威团



“六一”儿童节，菏泽公司工会慰问吕陵镇东任寨村留守儿童家庭



成都公司爱心志愿者，前往凉山州布托县拉果乡布歪村开展爱心活动，为该村贫困村民和孩子发放爱心物资和食品



石家庄公司慰问南孟镇贤庄小学留守、困境儿童

弘扬积极向上的 时代精神

2019年，青岛啤酒用青春的方式燃放激情：草莓、天空音乐节、电音节、我是唱作人，青岛纯生不断解锁音乐的嗨啤姿势；深度合作亚冠、中超、CBA，助力青岛黄海队热血冲超，打造专属马拉松青啤风景线，举办一场跨越1.3万公里的啤酒盛会，开启50座城市的狂欢盛宴……青岛啤酒的激情不减，不断弘扬着积极向上的时代精神。



全国50多座城市举办青岛啤酒节



“欢聚这一跑”全国10多城马拉松



玩转百年国潮



音乐+啤酒 活力旋风来袭



冰上啤酒节启动冬奥之旅



亚冠、中超、CBA 联赛三箭齐发

和谐 价值链

员工快乐指数为
92.24%

员工始终是青岛啤酒公司最宝贵的财富，公司坚持“以机制激活人力资源，营造和谐发展氛围，为员工创造快乐”的人力资源管理使命，致力于创建具有国际影响力的最佳雇主。全面赋能员工，助力员工快乐工作、快乐生活，将青岛啤酒的快乐传递给全球的消费者。

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”。



让员工安全、健康、快乐的工作

青岛啤酒始终以法律法规为底线和不可触碰的红线，以“成为员工安全健康快乐工作的场所”为奋斗的目标，2019年获得各级安全荣誉表彰66项，其中省级表彰3项，市级表彰22项，遍布全国的啤酒工厂成为所在地安全管理的模范。



彭城公司员工安全月签字承诺

安全管理基础更加牢固

分类管理
开展工厂结对帮扶



优化流程
文件制度更完善

形成“党政同责、一岗双责、失职追责”的安全生产责任体系
层层签订安全生产目标责任书

推行风险分级管控 消除安全隐患



- 持续开展双重预防体系建设，排查重点管理领域
- 采取“四不两直”方式动态化查核，防患于未然
- 强化应急管理，累计进行5849次应急演练
- 持续推进JSEA，形成54个最佳交流案例，全年进行3.3万次高风险作业，未发生安全事故

强化培训 形成了三级安全教育体系

2019年
累计完成1.8万次安全培训
累计全员人均培训25.64学时

所有工厂1172个班组
全部参与学习培训
6271人参与班组应知应会考试



菏泽公司、宝鸡公司开展了安全应急救护培训和演练

持续开展各项 安全文化活动

全年征集各项安全建议10.5万个，对不安全行为进行分析、跟踪，找到根本原因

开展“我的安全我做主 - 深化工具方法的应用”为主题的安全月活动，提升全员意识，培养专业队伍

全面排查，合规管理 保障员工职业健康

持续完善职业健康管理体系，及时识别和严格落实国家相关法规要求，组织进行岗前、岗中、离岗职业健康体检，全年劳动保护费投入约2600万，切实保障员工职业健康



扬州公司安全环保知识竞赛



青啤四厂举办劳动防护用品体验式培训

保障员工权益 关注员工健康

2019 年先后荣获



“2019 年中国卓越雇主 50 强”



“2019 年中国典范雇主”



营销中心优秀员工参加公司“回家看看”活动

雇佣平等合规

- 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，一切内外部招聘信息均通过招聘渠道公开进行
- 所有业务均禁止雇佣童工和强迫或强制劳工，年度内未发现此类行为
- 坚持合法合规底线，员工劳动合同签订率和社会保险参保率均达到了 100%

完善的社会福利与保障体系

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，以业绩与岗位价值贡献为考量因素，实施与企业经济效益和劳动生产率相挂钩的基于企业成长的员工收入分享机制。2019 年发放金麦穗特别分享激励 3700 多万元。

2019 年员工快乐指数调研回收有效问卷 23750 份，总体员工快乐指数为 92.24%，近三年参与率与快乐指数均呈稳步提升状态



福州公司庆祝建国 70 周年活动

保障平等权益 加强员工交流



弘扬拼搏精神，凝聚奋斗力量，公司举办第七届职工运动会活动



青啤四厂开展的员工剪纸活动



南宁公司员工参加公司文艺汇演

青啤公司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

每年工会组织召开公司职代会，解答员工提案，切实保障员工的知情权、参与权和监督权；深化厂务公开工作，持续改善一线员工工作环境，开展职业健康教育，落实企业民主管理

借助新媒体，先后开通员工辅导和企业文化微信平台、网上管理学院微信移动课堂等，在员工关爱、信息推送、微课程学习、培训调研、在线考试等方面进行创新

各单位通过开展丰富多彩的员工文化活动，增强员工之间的凝聚力和向心力

多措并举 关爱员工

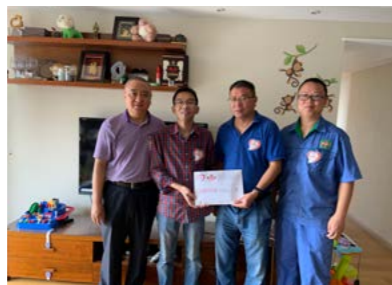
2019年，青啤关爱基金救助大病员工22人，支出63万余元，让大病员工获得救助，感受公司大家庭的温暖

各单位定期慰问生病、困难、特殊员工、外派员工及家属；为一线员工夏日送清凉；发放员工慰问品、慰问金等

打造本埠工厂样板服务站；设立“爱心妈妈小屋”，为孕期、哺乳期女员工提供关爱服务；打造工会“一站一屋”职工服务新模式



患病员工向青啤二厂赠送的锦旗



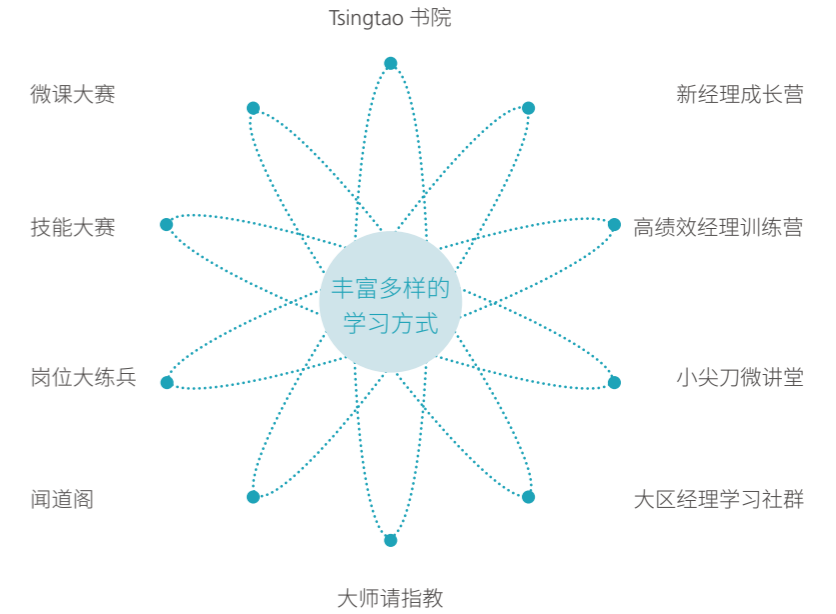
厦门公司慰问大病职工



三水公司关爱基金捐款仪式现场

赋能员工 助成长

在培训资源全员覆盖的基础上，通过多平台链接，打通内外部优质学习资源，给员工提供更多的选择，为不同的学习群体提供个性化服务。



青啤公司第七届职业技能大赛



公司卡内基培训学员合影



Lockin China 第四届全球名校发展论坛系列活动走进青岛啤酒



2019年青岛啤酒成为山东省第一批企业技能人才自主评价试点单位，49名技能人才获颁首批“高级技师”等级证书

与商业伙伴 共盈、共赢、 共荣



全力帮助供应商

2019年，我们继续秉持供应链共同发展的理念，与供货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。

青岛啤酒倡导“合作共赢，义中取利”的供应链管理理念，力求与合作伙伴共同实现基业长青。



考察大麦产区

支持国产原料发展

为扶持国产大麦的发展，保证原料安全，公司从资金、选种育种、研发检测、制麦技术等方面积极与供应商全方位深入合作，有力支持国产原料的发展。

资金支持，扩产保供

2019年为支持供应商窑炉维修、增加产能，支持供应商新建、扩建窑炉5座，扩大青岛区域新瓶产能，保证企业正常运行，支持青岛啤酒新瓶供应。

公司两家麦芽供应商资金困难，青岛啤酒帮助两家公司在大麦收购阶段有充足的资金，确保公司国产麦芽量、价实现共赢。

引领行业加快低碳环保生产进程

- 为满足环保要求，公司支持供应商升级换代新型节能型窑炉、高速行列机，提高产能降低能耗，所有新瓶供应商均达标排放；
- 支持供应商提升设备配置，进行煤改气，使用清洁能源；
- 支持供应商提升环保标准，主动承担由此带来的价格上涨；
- 继续扩大轻量瓶的使用，降低物流费用、减少资源消耗。

真心扶持经销商

运营评估 提升经销商盈利能力

青岛啤酒拥有遍布全世界的销售网络，公司充分尊重和认可每一家经销商，希望和经销商朋友一起，携手共创，共赢梦想！

创新开展战略经销商运营评估，给经销商“问诊把脉”，通过评估使核心经销商在产品组合到位率、AB类终端直供率、人车配比、铺货率、分销商沟通和团队绩效等指标显著提升，强化了市场掌控力，并大大提升了经销商的盈利能力。



金鹰会给经销商授牌

分销模式创新 实现资源、优势共享互补

科学切割“责权利”，创新提出“MDCD-厂商协作分销模式”，发挥公司市场管理优势，撬动经销商的社会资源优势，资源和优势互补，形成1+1>2的执行合力，打造品牌运营商，实现市场突破。

加强实践交流 提升市场运作能力

召开2019青岛啤酒金鹰会，实施“经销商共赢班专题培训”，加强经销商间的实践型交流，直面市场实地取经，提振信心的同时有效提升了经销商的经营意识和市场专业运作能力。



开展经销商共赢培训

2019 年荣誉

类别	奖项名称
品牌、公司形象类	2018 健康中国标杆品牌影响力企业
	2018 中国酒业最具创新价值品牌
	2018 年度杰出贡献集团
	建国 70 周年 70 中国品牌
	2019 年第十三届中国品牌节华谱奖
	优秀全球化价值奖
	2019 年度酒类舰长奖
	14 度蝉联 “最受赞赏的中国公司”
	SPBA- 中国十大行业领军品牌
	2019 年度卓越表现奖、最具竞争力企业奖
	壮丽 70 年推动中国酒业发展卓越品牌
	2019 年度品牌影响力奖
	金禧奖 2019 最具影响力公司
	2019 年度中国受尊敬企业
	中国品牌强国盛典榜样 100
年度最受欢迎品牌	
产品、品质类	2018-2019 食品安全诚信示范单位
	2019 食品标杆企业金箸奖
	2018 年中国酒业协会新品类啤酒 “青酌奖”
	2019 年 “世界啤酒锦标赛” 金奖
	新加坡官方 “健康优选” 权威认证
资本市场及社会责任类	2018 年度上市公司百强奖
	2019 中国上市公司口碑榜最具成长性大消费产业上市公司
	年度值得信任卓越上市公司
	第十七届中国食品安全年会社会责任领军企业
	中国红十字博爱奖章
	2019 最值得投资者信任的上市公司
	2019 年中国卓越雇主 50 强
	2019 年中国典范雇主

第三方评价

报告评价

2019 年，面对互联网和消费升级带来的新的挑战 and 机遇，啤酒企业主动打破传统组织结构和营销模式，开启了转型升级的新一轮探索。2019 年，也是啤酒企业改革初见成效之年，企业通过体制创新、产品创新、营销创新等方式使盈利水平得到不断改善，但随着国际贸易摩擦不断升级、国内经济形势的下行压力增大、行业产业链不完善、品类消费文化薄弱等因素，未来啤酒企业仍将面临许多挑战。

从《青岛啤酒股份有限公司 2019 环境、社会及管治报告》可以看出，青岛啤酒面对行业进入成熟饱和期、成本持续上涨、消费需求变化等压力，快速对传统制造模式进行多维度颠覆性变革，推动经营业绩再创历史新高。并

以消费者为中心实施“四个转变”，致力于产品和品牌的探索与创新，不断满足消费者多元化、个性化、便捷化等需求。同时，通过食品安全管理创新，建立并完善了食品安全责任追溯制度，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，充分保障了产品质量。

长期以来，青岛啤酒坚持重视绿色化、可持续发展模式，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。同时，通过倡导理性饮酒、精准扶贫、抗击疫情等工作，大力支持社会公益、弘扬社会正能量，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。

报告建议

近几年，受中国消费需求变化、中产消费崛起和行业产能过剩等因素影响，彻底改变了啤酒企业的传统制造格局。鉴于我国目前消费结构仍处于持续优化阶段，未来消费增长将具有更大潜力，建议青岛啤酒在进行结构性改革的同时，把握产品结构增长节奏，结合中国啤酒品类优势消费文化，持续打造啤酒消费新场景，特别是高端、超高端产品消费渠道的创新与引导。同时，强化产业互联网和企业的数字化转型，进行啤酒全产业链大数据、线上线下融合等智慧型平台的建设。利用平台优势，不断进行产品和服务的探索与创新，推进制造创新与服务创新深度融合，进

一步提升产业效率，满足消费者的多元化需求。

青岛啤酒作为啤酒行业的领先企业，在推动自身高质量跨越式发展的同时，继续践行企业社会责任，加大生态环保支持力度，投身公益事业，树立行业良好形象。同时肩负起民族品牌的担当与责任，凝心聚力培育国际知名品牌，展现百年品牌的高度、厚度和广度，为“品牌强国”战略作出积极贡献。



您的回馈

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 2019 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回馈表，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：
联系电话：

单位：
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 “116 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 “2019 年荣誉”及第三方评价部分

您如何评价本报告？

	好	一般	不好
· 可读性	<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？



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



青島啤酒在報告印刷上的環保措施

本書採用含 75% 廢紙成份

通過 ISO14001 環境體系認證的再生紙印刷

