



青島啤酒股份有限公司
环境、社会及管治报告

2017

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 2017 年 1 月 1 日至 2017 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 2017 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。

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)。

114 年
只为酿造好啤酒

16

可持续发展指标 04
领导致辞 06
关于我们 08

2017 年荣誉 52
第三方评价 53
您的反馈 54

绿色酿造
26

关爱社会
36



和谐价值链
44

青岛啤酒的可持续发展指标

2017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、成本上涨的多重压力，青岛啤酒应时而变，实现销量、营收和利润三增长，“保增长、调结构、控费用”战略主线坚实落地，各项经营指标均保持良好增长态势，开创了高质量发展的新局面。

在实现经济效益发展的同时，青岛啤酒公司在创新实践中积极探索企业发展新模式，坚信“工匠精神生金”，拥抱消费者主权时代；立足全球，用民族品牌这张名片向世界传递中国企业的文化自信；责任担当、初心不改，勇担社会责任，不断实现与消费者、环境、社区、投资者、员工、价值链各方共赢。



经济责任

指标	2017年
销售量 / 万千升	797
营业收入 / 亿元	262.77
归属于母公司股东的净利润 / 亿元	12.63
每股收益 / 元	0.935

环境责任

2017年单位产品耗水量
同比2016年下降

0.1% ↓



2017年单位产品耗煤量同
比2016年下降

5.08% ↓



2017年单位产品综合能耗
同比2016年下降

3.79% ↓



2017年千升冷麦汁二氧化碳回收量
同比2016年提高

0.79% ↑



社会责任

2017年公司
员工人数
单位：人

40810



2017年员工“关爱基金”
救助大病员工

17 人次

累计
382941 元

60 多家

单位员工捐款
783257.74 元

董事长 致辞



时代变化、矛盾变化，企业责任也在变化。企业的出发点已经从重点追求经济效益，向追求“经济效益和社会效益叠加”平衡的方向转变。

领经济之责 负社会之任 启时代新篇

“日月之行，若出其中。星汉灿烂，若出其里。”十八大以来，在以习近平总书记为核心的党中央领导下，党和国家事业取得历史性成就、发生历史性变革，过去五年的辉煌振奋人心、凝聚力量、照亮未来。新时代的气象更加恢弘，新时代的征程更加壮阔。领经济之责、负社会之任、肩负“经济责任和社会责任”的双叠加，青岛啤酒全体员工扎实工作、锐意进取，在高质量发展的新阶段开启时代新篇。

新时代标注新责任

日月开新元，天地又一春。“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”

时代变化、矛盾变化，企业责任也在变化。企业的出发点已经从重点追求经济效益，向追求“经济效益和社会效益叠加”平衡的方向转变。

“责任双叠加”，叠加的是品质责任。2017年我们创新性的推出“双叠加三解码”的质量管理模式，将质量管理的目标从满足“高标准”转向满足“高需求”，从而更好满足全球消费者对美好生活的物质需要与精神满足。

“责任双叠加”，叠加的是人本责任。员工是企业发展的核心竞争力之一，全心全意依靠员工办企业是新时期的重要工作。我们要不断提升员工的主人翁地位和责任，把保障和满足员工对美好生活的需要放在重要位置。在坚持企业发展的前提下，不断提高员工凝聚力和创造力，形成青啤人与青啤事业共赢共荣的局面。

“责任双叠加”叠加的是社会责任。青岛啤酒要通过环境保护、倡导理性饮酒、精准扶贫、社会公益、弘扬社会正能量等各项工作，不断提升企业的社会责任，为实现美好生活的目标做出实体企业的生动实践和卓越贡献，从而打造中国制造业的新高度。

未来，青岛啤酒还将继续强化和扩大“责任双叠加”的深度与广度，展现中国企业新担当。

新需求催生新作为

草木蔓发，春山可望。担当不渝，新局再启。当下，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，消费者对于产品的需求已经从“有”到“好”再到“精”。

这就需要青岛啤酒紧紧抓住“创新”主线，既要做到“无中生有”，也要做到“有中出新”。我们要在产品特色化上不断创新；在质量管理上不断创新；在新技术、新渠道、新模式上不断创新……为此，我们市场从“有一瓶”到“有一套”、研发从“素描画像”到“精准画像”、生产从“定点射击”到“移动打靶”，由旧动能转向新动能。点点要创新、时时想创新，向创新挖潜力、向创新要效益、向创新求发展，最终形成一套青岛啤酒适应时代发展，适应消费者美好生活需求的生产经营管理新模式。

新动能创造新机遇

2018年，是站在新的历史起点上接力探索、接续奋进的关键之年。我们要珍惜历代青啤人和自己创造、铸就、沉淀的优势资源，以更加奋发向上的精神状态，更加坚定的改革勇气，把发展推向深入；我们要发挥质量优势、品牌优势、技术优势、管理优势、市场优势、团队优势，真抓实干，把既定的战略推进下去，凝聚各方力量乘势而上。

前景无比光明，责任重于泰山。全体青啤人将拿出担当、勇气和干劲，携手肩负新时代的新责任，奋力把中国品牌推向世界巅峰。

青岛啤酒股份有限公司
董事长

2018年3月

“四个自信”增定力 “四个勇于”再出发

新时代的宏伟蓝图已经绘就，新时代的伟大征程已经开启。新时代要有新气象，更要有新作为。青岛啤酒要做“时代的企业”，一方面，要坚定来自市场淬炼中获得的自信，传承和发扬百年如一的品质优势；另一方面，要勇于自我变革，持续实施“年轻化”的创新之路。

新时代焕发新状态

坚定四个自信，心无旁骛攻主业

信心是推动发展的动力。习近平总书记指出，从制造业大国迈向制造业强国，要攀登到事业顶峰，要靠心无旁骛攻主业。

2017年，青岛啤酒取得了经济效益与社会效益的双赢，来之不易。产品研发，品牌驱动、渠道创新，团队担当……在严峻的市场上历经淬炼，最终为自己赢得尊敬。来之不易的成绩进一步坚定了我们的战略自信、产品自信、品牌自信和团队自信。

实施品牌驱动下能力支撑的发展战略，让我们的产品远销全球100多个国家和地区，打造享誉世界的中国品牌矢志不渝，这是我们战略自信。

“114年只为酿造好啤酒”，把一瓶啤酒做到最好，为适应消费者美好生活需求而持续推出的系列新产品，以一如既往的高品质、特色化形成了我们的产品自信。

百年品牌是中国品牌中的古树奇木，具有百年历史又能走向世界中国品牌少之又少。青岛啤酒在全球坚持的中高端品牌定位，树立了高品质、高价格、高可见度的中国品牌形象，彰显了具有中国文化魅力的品牌自信。

营销、制造、专业职能三支团队敢闯敢干的担当精神，勇往直前的拼搏劲头，参与竞争的强烈自信，是企业发展的基础保障，更是我们弥足可贵的团队自信。

新时代，属于坚定者、奋进者、搏击者，属于一切以新的精神状态和奋斗姿态开创未来的人们。

新时代创造新业绩

立足“四个勇于”再出发

新时代，带来发展新要求，要求我们交出发展新答卷。青岛啤酒将以勇于变革、勇于创新、勇于开拓、勇于担当的崭新风貌再出发。

勇于变革就要解放思想。青岛啤酒将不断与时代特征互动，保持敢想、敢闯、敢干的进取精神，提升组织的开放度。

勇于创新就要革故鼎新。创新是从根本上打开增长之锁的钥匙，抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来。青岛啤酒将不断创新产品体验，以特色化、差异化、个性化引领消费升级新需求。

勇于开拓就要迎难而上。市场发展要善于扭住突出难题，抓突破、抓落实，善于找准关键环节攻坚克难。青岛啤酒走向全球主流市场，要以产品为纽带，以文化为载体，在发展中积蓄可持续发展的智慧与力量。

勇于担当就要自我驱动。再好的资源没有自我驱动的责任担当也是一种浪费。担当精神与进取意识源于价值链伙伴对青啤事业的发展初心，我们要以奋发有为的担当精神和守土有责的责任意识，推动青岛啤酒与价值链伙伴的共赢走向新阶段。

面临前景可期的新时代，青岛啤酒将坚定“四个自信”谋发展，立足“四个勇于”再出发，构筑起可持续发展的新力量，以一往无前的奋斗姿态，不忘初心、继续前进，开创中国品牌发展新局面。

青岛啤酒股份有限公司
总裁

2018年3月

总裁 致辞



新时代，带来发展新要求，要求我们交出发展新答卷。青岛啤酒将坚定战略自信、产品自信、品牌自信和团队自信“四个自信”谋发展，立足勇于变革、勇于创新、勇于开拓、勇于担当“四个勇于”再出发，构筑起可持续发展的新力量，以一往无前的奋斗姿态，不忘初心、继续前进，开创中国品牌发展新局面。

关于我们

1

公司愿景

成为拥有全球影响力品牌的国际化大公司

2

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

3

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2017年《中国500最具价值品牌》排行榜，青岛啤酒以1297.62亿元的品牌价值连续14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2017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，规模和市场占有率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，2017年销售突破100个国家和地区，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。2017年海外市场销量同比增长18%。亚太市场销量同比增长34%，大洋洲增长44%，MEA市场（非洲中东东欧市场）增长55%，西欧增长3%，北美增长17%，拉美市场增长36%。泰国、利比里亚、智利、哈萨克斯坦销量实现翻番；澳大利亚、俄罗斯、阿根廷、哥伦比亚、蒙古销量增幅超过50%；美国、韩国、新加坡、法国、罗马尼亚、墨西哥等近20个国家增幅超过10%。

我们的品牌

品牌组合 — “1+1”:

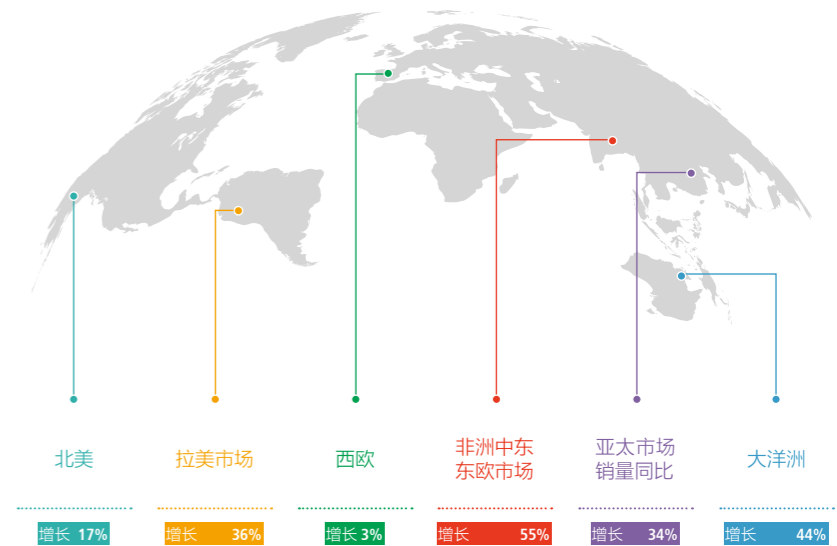
- ① 是指主品牌“青岛啤酒”
- ① 是指第二品牌“崂山啤酒”

品牌推广模式 — “四位一体”的品牌推广:

即品牌传播、消费者体验、产品销售、粉丝互动相结合。



品牌价值1297.62亿元，连续14年蝉联中国啤酒行业首位



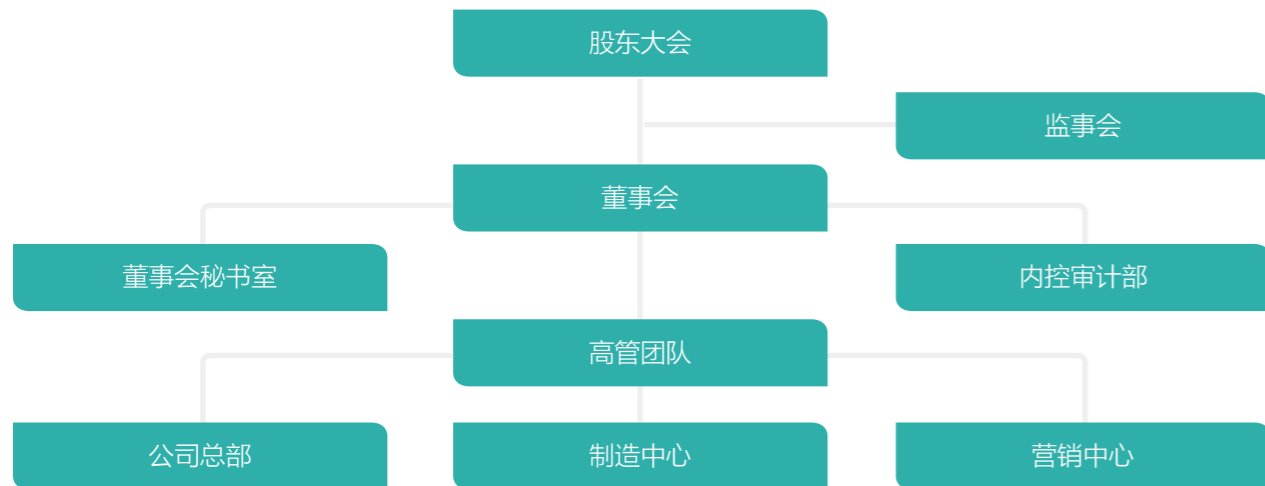


青岛啤酒公司第八届董事会成员

公司治理

于2017年12月31日，青岛啤酒股份有限公司第八届董事会共有董事9人，其中执行董事4人，非执行董事1人，独立董事4人；第八届监事会共有监事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。



青岛啤酒公司第八届监事会成员

风险控制及管理

2017年，青啤公司持续完善内部控制体系，实现“价值创造”与“风险控制”二者之间的有效平衡。在加强制度体系建设的同时，针对制度和流程的执行，强化审计、查核，实现有质量的发展。

对促销费用管理的各环节存在的问题和风险充分调研，相继修订、制定了《促销费用管理制度》《促销费用授权管理制度》《营销中心经销商往来对账管理制度(管理会计)》《促销费用核销管理规定(管理会计)》等制度，规范了促销费用使用管理流程，从制度上完善了促销费用管理，取得了显著的效益和效果。

2018年，风险管理和内部控制将侧重于公司战略落地和管理改进等方面，以营销系统为重点，促进公司所制定的促销费用管理制度和其他核心制度的落地执行上，加大审计发现问题的整改力度，防范经营管理风险。

创新驱动企业发展新活力

产品创新

“重塑经典、重振纯生、提速1903”，青岛品牌中高端系列、崂山品牌、新特产品均保持快速增长；创新推出20多个品类、多达1500多种特色新品，形成70多种新产品研发储备，精酿新品IPA，苦爽回甘

的皮尔森，醇香优雅的黑啤，花香曼妙的白啤，创新概念啤酒崂山玩啤；跨界推出闻鸡起舞肯德基定制版、鸿运当头必胜装、《战狼2》纪念罐，企业定制产品迈入常态化，一系列快时尚、慢精酿的新产品，充分满足不同消费者的个性需求。



青岛啤酒“有一套”产品大获成功

2017，一个别致的青岛啤酒“有一套”产品，因为精准引领和激发了消费者追求差异化口味的潜在需求，成为区域啤酒市场上的新爆点。



渠道创新

城市客厅走进更多社区

2017年，青岛TSINGTAO1903社区客厅新城国际店在北京顺利开张，目前青啤公司在青岛、北京开设的社区客厅已达到30家，带给消费者更多的休闲体验新选择。

电商业绩快速增长

聚焦天猫和京东两大电商平台，在三大战役的拉动下：天猫平台整体较去年同期增长103%；京东较去年同期增长141%。

企业定制合作迎来新发展

携手知名IP，跨界推出闻鸡起舞肯德基定制版、鸿运当头必胜装、《战狼2》纪念罐……企业定制产品迈入

常态化，万科、海信、融创、康普顿……，企业团购、定制迎来高峰。

组织创新

青岛啤酒在组织上进行了创新，成立了蓝军创新事业部。与传统的红军的常规主流产品、大众市场不同，蓝军的使命就是在于创新特色产品、小众市场、探索培育未来，作为特种

部队，更具有灵活性和创新性。在新的产品、新的渠道等方面跟主流部队红军进行博弈，从而推出更加新颖的产品、红军没有做到的市场空白，更加吸引消费者。



商业道德与合规

青啤公司在加快推进公司转型发展的同时,深入推进全面从严治党,全面落实“两个责任”,着力加强党的建设和党风廉政建设,为公司各项工作的顺利开展提供坚强的政治保障和纪律保障。

2017年,通过组织召开党风廉政专题会、层层签订《党风廉政建设目标责任书》、开展内部巡察、强化纪律审查、打造廉洁生态、加强自身建设等工作,打造了坚强的内部堡垒,促进公司党风廉政建设取得新成效。

1 2017 党风廉政建设工作会议及党风廉政建设目标责任书签署



2 内部巡察及廉政教育



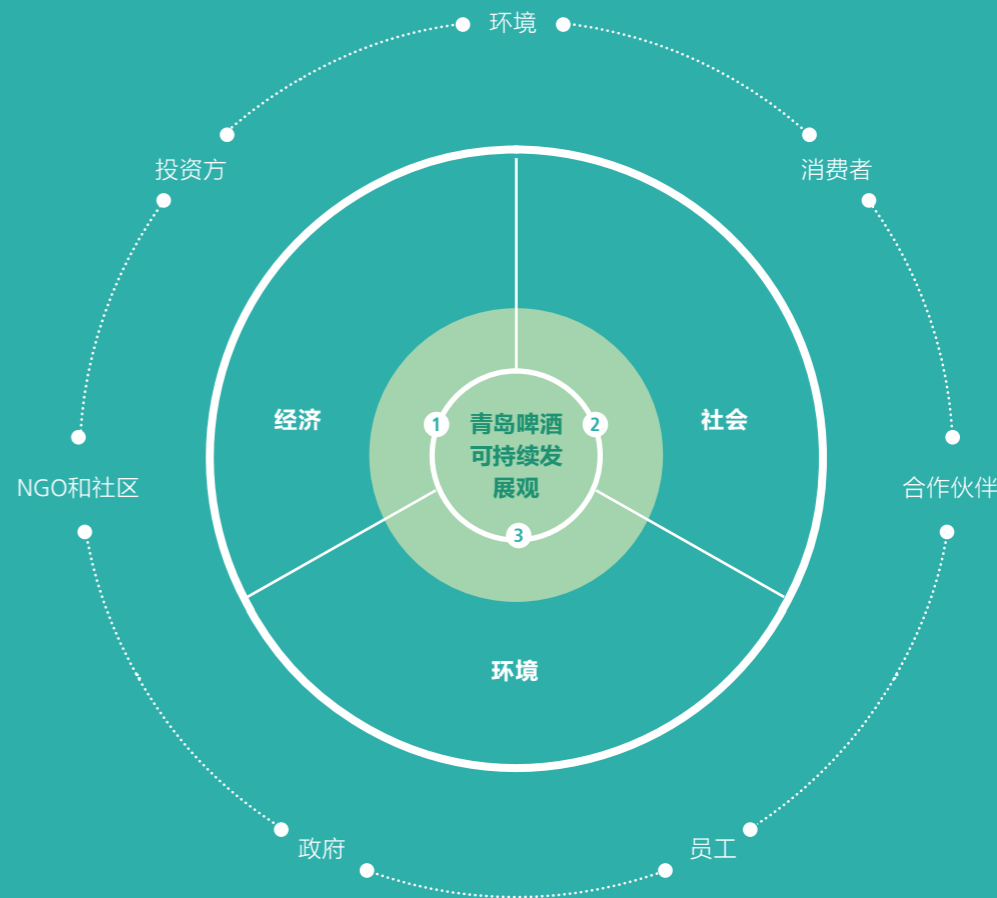
3 党性教育



4 自身建设



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

114年 只为酿造好啤酒



樊伟
青岛啤酒股份有限公司
副总裁兼制造总裁
总酿酒师



高波兰
2017 年度金牌酿酒师
烟台啤酒青岛朝日有限公司
总酿酒师



许永
2017 年度金牌酿酒师
青岛啤酒上海松江制造有限公司
总酿酒师



魏现雷
2017 年度金牌酿酒师
青岛啤酒（廊坊）有限公司
总酿酒师



王孔云
2017 年度金牌酿酒师
青岛啤酒（寿光）有限公司
总酿酒师



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。



1 源头严防：建立严格的供方质量管理，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，实施靶向性的风险管控，对识别出的风险物料加大监控频次

2 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
- 优化质控评价体系，确保把关有效
- 推进标准化建设，提升工厂自主管理能力
- 完善审计制度，保障各项管理制度的落地实施
- 品评管理模式不断完善，持续推动质量改进，建立品评技能测评制度，实施品评师测评系统，进行第三方测评，推动品评技能提升。全方位品评把关，覆盖全生产流程，实施公司、工厂两级监控

3 产品严查：建立健全市场监控评价体系，客观全面评价产品质量

- 产品监控全覆盖、多层级，样品检测全面评价
- 动态分析市场质量状况与趋势，促进产品质量提升

2017 年国家监督核查未发现违法事件、产品监督抽样合格率

100%

2017 年公司监督核查未发现红黄牌事项、产品监督抽样合格率

100%



樊伟

青岛啤酒股份有限公司副总裁兼制造总裁
总酿酒师



殷波兰

2017 年度金牌酿酒师
烟台啤酒青岛朝日有限公司
总酿酒师

独创“双叠加三解码”质量管理模式



许永

2017年度金牌酿酒师
青岛啤酒上海松江制造有限公司
总酿酒师

为行业打造和贡献质量管理新标准

2017年，进入“中国质量”新时代，青啤独创“双叠加三解码”质量管理模式，重新定义了好啤酒就是“基础质量+特色质量”的双叠加，独创“双叠加三解码”的质量管理模式，建立了“三层级两严两全”的质量管理制度，满足和引领消费者对高品质、多元化、个性化的舌尖需求。

虽然经得起中国国家标准、美国FDA、欧盟EC、日本肯定列表等严苛检验，但在青岛啤酒看来，这还不足以定义“高品质”的全部。

在青啤，做到这些只是达到了“基础质量”，确保了产品的纯净、新鲜、成熟、酒体协调等。但更重要的是，还要有风味特色，要在“特色质量”上胜人一筹。正是基础质量和特色质量的完美融合，使青啤实现质量跃升。

为了酿造“好啤酒”，青岛啤酒通过消费者需求解码、产品解码和工艺解码的“三解码”路径，运用“科学加艺术”的手法，用领先技术、实验验证等科学方法和感官品评、工匠精神等艺术手段，将消费者模糊的、感性的、个性化的喜好，解码成精准的、理性的、标准化的工艺技术和生产流程。最终通过“三横四纵”的七保障系统，让“宪法式”质量标准成为质量管理模式的落地保障，打造差异化核心竞争力。

质量更加卓越

2017年，在“质量第一、质量强国”发展理念指引下，青岛啤酒与众多企业一道，成为中国经济发展的高质量“榜样”。

 中国质量奖提名奖	 金箸奖 2017 中国食品标杆企业
 2017年度质量标杆企业	 2017全球食品企业百强榜
 十佳品质评选杰出贡献奖	

科技实力更进一步

- 成功上市 12 款新产品：瓶装皮尔森、出口皮尔森、出口白啤、出口 Strong、3L 桶白啤原浆、3L 桶普通原浆、1L 桶鲜啤、青岛原酿、崂山玩啤、崂山玩啤游戏罐、柠檬味 0.00、橙味果饮
- 开展 23 项提高质量、新工艺、新技术、新包装研究，4 项新技术推广。开展 10 余项低成本新技术研究；完成超高浓酿造工艺 27 家工厂推广应用；持续推进国产垫片瓶盖推广应用。完成降低纸箱克重 24 家工厂推广应用等
- 荣获国家、省、市、协会科技进步奖等奖项 4 项，申请发明专利 10 项，授权发明专利 6 项
- 承担 1 项 863 计划项目；1 项青岛市科技计划项目



魏现雷

2017年度金牌酿酒师
青岛啤酒（廊坊）有限公司
总酿酒师

工匠精神成就卓越品质

质量之魂，存于匠心。青岛啤酒的高品质离不开一代代青啤人和酿酒师们的精心酿造，他们在生产线的每一个环节，用精益求精的工匠精神，演绎了青岛啤酒的百年品质传奇，树立了“大国工匠”的榜样力量。



- 青啤品酒师包揽国家品酒技能大赛冠军
- 2017年11月18日，“2017中国技能大赛—‘乐惠杯’第三届全国啤酒品酒职业技能竞赛”在上海揭晓结果。比赛历时5个多月，经全国31个省、自治区、直辖市酒协、劳动部门和产业工会组织初赛和推荐，共有来自全国28个省、直辖市、自治区的139个啤酒生产厂的226名选手参加决赛。最终，来自青岛啤酒的朱蕾、满成两位品酒师不负众望，获得这一国家级品酒赛事的冠军
- 匠心制“麦香”获“振超技能大奖”
- “一次麦芽取样的分析要经过反复验证，攻关一个难题要进行上百次的实验，一切只为精益求精……”42岁的青岛啤酒二厂酿造部制麦工段长张云鸿，这位陪伴着大麦一起工作了23年的制麦专家，就是在生产一线用专业、专注、专心默默守护青岛啤酒高品质的典型代表
- 如今他已成为青啤公司“金蓝领”和青岛市的专业技能拔尖人才，先后获得山东省金蓝领、青岛市首席技师、青岛市技能工人先锋、青岛市职业技能大赛的最高奖项——“振超技能大奖”等殊荣

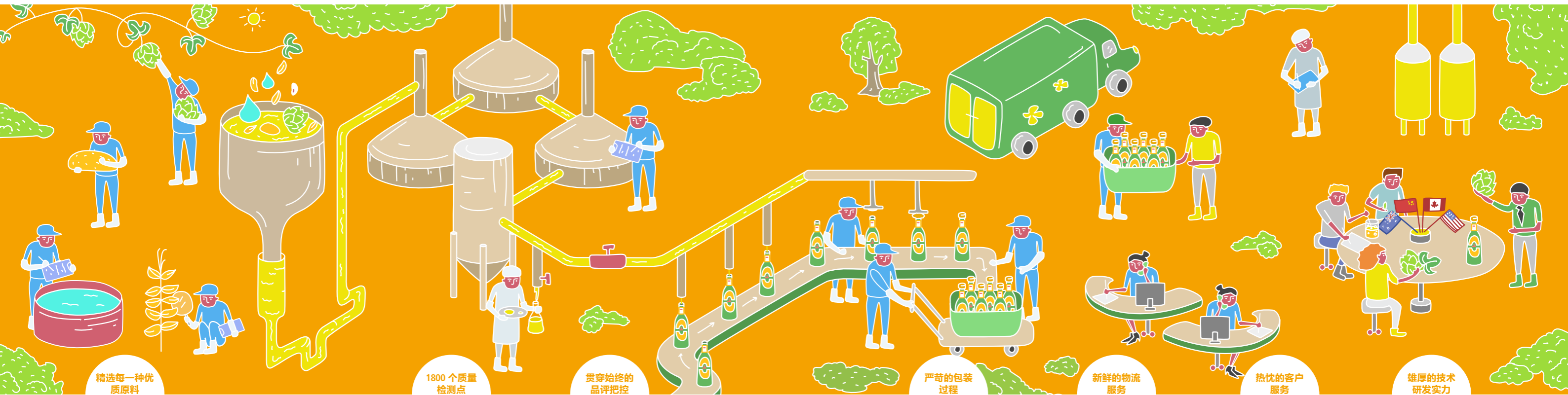
全链联动 建立“大质量观”理念

青岛啤酒提出“大质量观”，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 多个关键质量控制点，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 114 年来的可持续发展提供了源源不断的内生动力。



- **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，从品种、种植、收获到运输、储存各个环节都有严格的检测程序；对所有麦芽供应商的环保现状进行评估，并对存在问题供应商的环保缺陷进行及时跟踪

- **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；不定期对大米供应商进行飞行检查；实行基地定制化种植，对种植基地土壤、水、空气等环境以及稻种、种植、收获全程进行监控，保证所用大米的安全性
- **酒花**：制定严于国家标准的公司酒花内控标准，引领啤酒行业健康发展

- 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，采购食品安全合规率达到 100%

- 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

- 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

- 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

- 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

- 拥有中国酿酒行业唯一的“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
- 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
- 举办 2017 年中国啤酒生物发酵技术高层论坛，特邀美国酿造化学家协会、德国杜门斯学院等多位专家就国际前沿问题作学术报告

做消费者最喜好的青岛啤酒

“

2017年9月，第一财经商业数据中心(CBNData)携手天猫联合发布《中国人的酒杯——2017天猫酒水消费大数据报告》以白酒、葡萄酒、啤酒、洋酒、黄酒为主要研究对象，基于阿里巴巴大数据，深入解读了国民酒水消费背后的趋势与特征。数据显示，在线上首购最受欢迎的啤酒品牌TOP5中，青岛啤酒高居榜首，是消费者最喜欢购买的啤酒品牌。”

—— 搜狐

《大数据解密网购啤酒 青岛啤酒最受欢迎》

2017年7月28日，第七届“消费者最喜好的青岛啤酒”品评活动举行。12名专业级、国家级评委代表，来自全国各地的12位消费者代表、6位经销商代表以及青岛啤酒公司员工等40余位代表组成“评审团队”，为青岛啤酒产品打分，并依据消费者的意见，选出青岛啤酒的年度金牌酿酒师。青岛啤酒公司从众多消费者中甄选12位代表，免费提供食宿、机票等，诚邀至青岛参观青岛啤酒博物馆了解啤酒文化，并进行了专业的啤酒品评培训。

这些消费者评委和其他评委一起对77件青岛啤酒样品进行了分品类、分浓度的逐一现场品评。这些产品全部用带有序列号的袋子套住，以盲选的方式力求公平公正。并分七批端到“评审员”的面前，每批都对序列号，由“评审员”品鉴后给这些酒打分，并写出自己的意见。

他们的意见将对青岛啤酒的口味产生重要影响，会成为青岛啤酒口味改进和产品创新的重要依据。

国际范

翻译曹杰

身边很多外国朋友都爱青岛啤酒

通过这次活动了解到啤酒的品类可以有这么多，像纯生、IPA、黑啤、全麦白啤等等，以后会将这么多好喝的产品跟身边的朋友进行推荐。

国外朋友来中国时他们都会选择青岛啤酒。曾经有个朋友，刚到国内的时候，他会说的第一个中文就是青岛，第二个就是冰的，意思是冰爽的青岛啤酒。

时尚范

达人李榜兴

最爱啤酒带来的新鲜、激情、活力感觉

青岛啤酒是一个非常时尚的品牌，推出了各种各样的设计、包装，非常漂亮、时尚，而且我们身边的朋友都很喜欢。只要出去选啤酒，青啤肯定是第一选择。这次青岛啤酒招募消费者评委活动非常好，因为我们相当于参与到一款啤酒的酿制当中，我们给的意见能够影响啤酒工艺的调整，我觉得非常有意义。



王孔云

2017年度金牌酿酒师
青岛啤酒(寿光)有限公司
总酿酒师



绿色酿造

作为一家有着 114 年历史的啤酒生产企业，青岛啤酒始终围绕环保愿景和使命，坚守法律法规红线和底线，不断推进各项环保措施的有效落地。青岛啤酒坚信，环保投入不是成本而是投资，这种投资是企业绿色可持续发展的有力保障，并通过一系列的环保举措活动号召大家坚守绿色信念，铭记绿色发展，为绿水青山、蓝天白云贡献自己的力量。

在环保技术改造方面投入较 2016 年增长

27%

污染物排放达标率

100%

01

优化管理

- ① 2017年，公司重点推出实施环保核心查核卡，作为法律法规、文件制度落地的有效工具，体现了“抓重点、补短板、强弱项”的管理思路
- ② 建立公司《环境管理指标体系》，统一公司环境指标管理，便于工厂间横向对比，工厂自身纵向分析对比

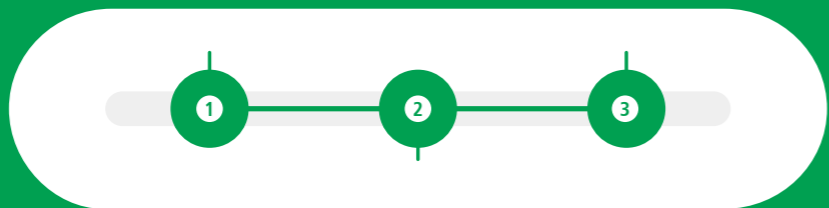


- ③ 通过推进标杆管理和六西格玛管理工具在节能减排方面应用，全面提升公司能源管理水平
- ④ 通过公司生产运营信息平台及时收集、分析环保指标 200 多项，形成环保日报、周报和月报，辨识异常，横向对比，及时掌握工厂环保信息

02

强化环保培训 提升环保技能

- ① 开发环保专业课件和环保制度课件，开展污水经济运行交流、污水运行经验分享
- ② 召开专业人员的查核卡培训会
举办形式多样的班前会、班后会



- ③ 充分利用自媒体手段，实现环保经验、知识及时共享

03

参与各类环保 公益活动

各级环保志愿者组织积极开展不同形式的生态环保志愿服务活动、“我为环境添点绿”主题活动，宣传环保理念，践行企业绿色责任。

水资源保护与再利用

节约用水

2017年公司在节水方面重点举措包括：洗瓶机清水喷淋缩径与联锁控制，水处理反洗水、反渗透浓水回收与再利用，继续推进酿造用水配比优化、清酒罐连续进酒、冷凝水回收利用改造等 15 项节水技术，进一步降低公司水耗。

污水管理与利用

青啤公司污水处理采用精细化管理模式，注重源头削减和过程控制，采用国内先进的工艺技术，实现污水 100% 达标排放。

目前公司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+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。2017 年青啤公司对泸州、滕州等工厂进行了污水系统优化升级改造。



案例

单位产品耗水量
3.856 立方米/千升

污水达标排放率
100%

廊坊搬迁项目废水排放指标设计严于《城镇污水处理厂污染物排放标准》一级 A

排放标准，降低污染物排放；污泥处理采用超高压板框机处理，降低污泥含水率。



超高压板框机



案例

2017 年单位产品耗水量
同比 2016 年下降

0.10% ↓



新建厂及产量较大的工厂引入了厌氧 IC 或 EGSB 工艺，该工艺具有占地面积小，处理效率高，产沼气量多等优点。

部分工厂在污水总排口出水之前引入了湿地工艺，既美化了环境，又净化了水质。



烟台二厂污水 IC 塔



宝鸡工厂污水湿地

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。2017年青岛啤酒继续按照国家节能减排计划，持续推进节能项目改造和节能新技术的应用，通过全面推进高浓酿造与减

热工艺，清酒罐连续进酒，杀菌机冷热平衡等新工艺新技术，同时将总结提炼的51项节能技术全面快速推进，取得了显著的节能效果，单位产品综合能耗年年大幅下降。

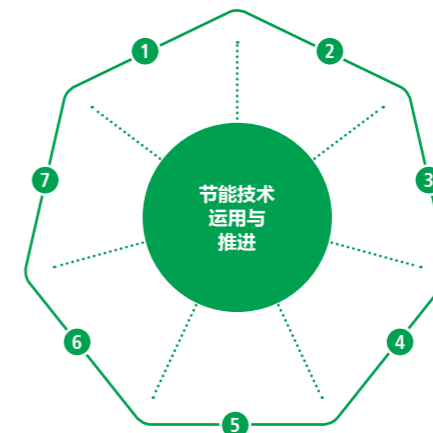
节能技术运用与推进

推行25项无低费项目，继续推行51项节能技术

关注锅炉煤汽比，通过排污余热回收及降低排烟温度提高煤汽比

12家工厂完成洗瓶机和杀菌机保温，7家工厂完成冷凝水回收改造、9家工厂完成水资源集中回收与再利用，6家工厂增加小螺杆机及增压机项目，6家工厂CO₂回收系统改造

关注酿造与包装用能过程管理



继续推行洗瓶机及包装线联控控制，杀菌机运行过程冷热平衡

监控蒸发冷循环水处理，提高冷凝效率

强化二氧化碳回收过程纯度管理，跟踪提纯系统运行效率

单位产品耗煤量
36.42 千克/千升

单位产品耗电量
65.03 千瓦时/千升

能源消耗及减排效果

2017年单位产品耗煤量同比2016年下降

5.08% ↓



2017年单位产品综合能耗同比2016年下降

3.79% ↓



2017年千升冷麦汁二氧化碳回收量同比2016年提高

0.79% ↑



污染物减排及应对气候变化

公司按照国家环境法律法规、大气十条等新要求，实施煤改气、超低排放、脱硝等技术改造，实现废气达标和废气排放量的减排。

2017年六家工厂投资2700多万元，淘汰燃煤锅炉13台，新建天然气锅炉23台，积极采用天然气清洁能源；进行锅炉超低排放改造和脱硝改造。

2017年废气污染物排放减排量分别为

烟尘减排

39吨

二氧化硫减排

128吨



循环经济与废物的资源化利用

废物的资源化利用：秉承“减量、再、资源”的3R原则，实现资源回收最大化，节约最大化，

利用最大化。2017年公司产生的副产品及可利用废物全部回收。综合利用价值较2016年同期提升8.9%。

● 危险废物管理措施

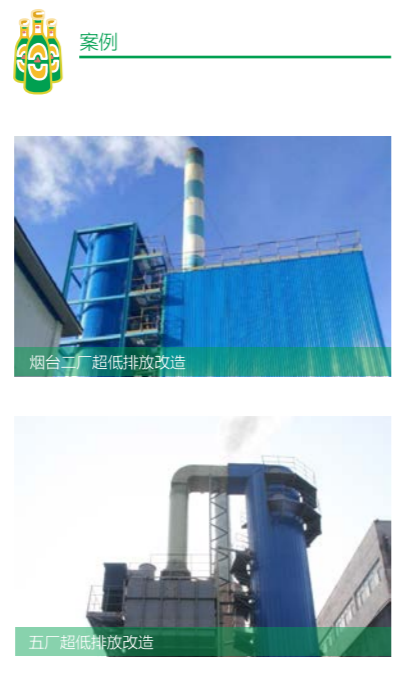
- 委托有资质的危险废物处理公司对啤酒生产厂产生的危废进行无害化处置
- 树立危废管理标杆，执行国家《危险废物规范化管理指标体系》要求，危废管理不断标准化、无害化、减量化

● 危险废物减量化措施

- 源头削减，通过不断替换有害物质的使用减少危险废物的产生，如含汞灯管替换成LED节能灯、化学品包装容器清洗后重复使用等方式不断减少危险废弃物的产生

● 一般固废管理方法

- 公司确定固废“五定”管理标准，定专人、定位置、定时间、定措施、定频次
- 不可利用固体废弃物委托有资质的第三方进行处置
- 可利用固废，遵循“3R”原则，采取综合利用、循环利用等措施减少固废产生量，污泥、废硅藻土用于肥料；对废酵母深度利用，不断提高其附加值



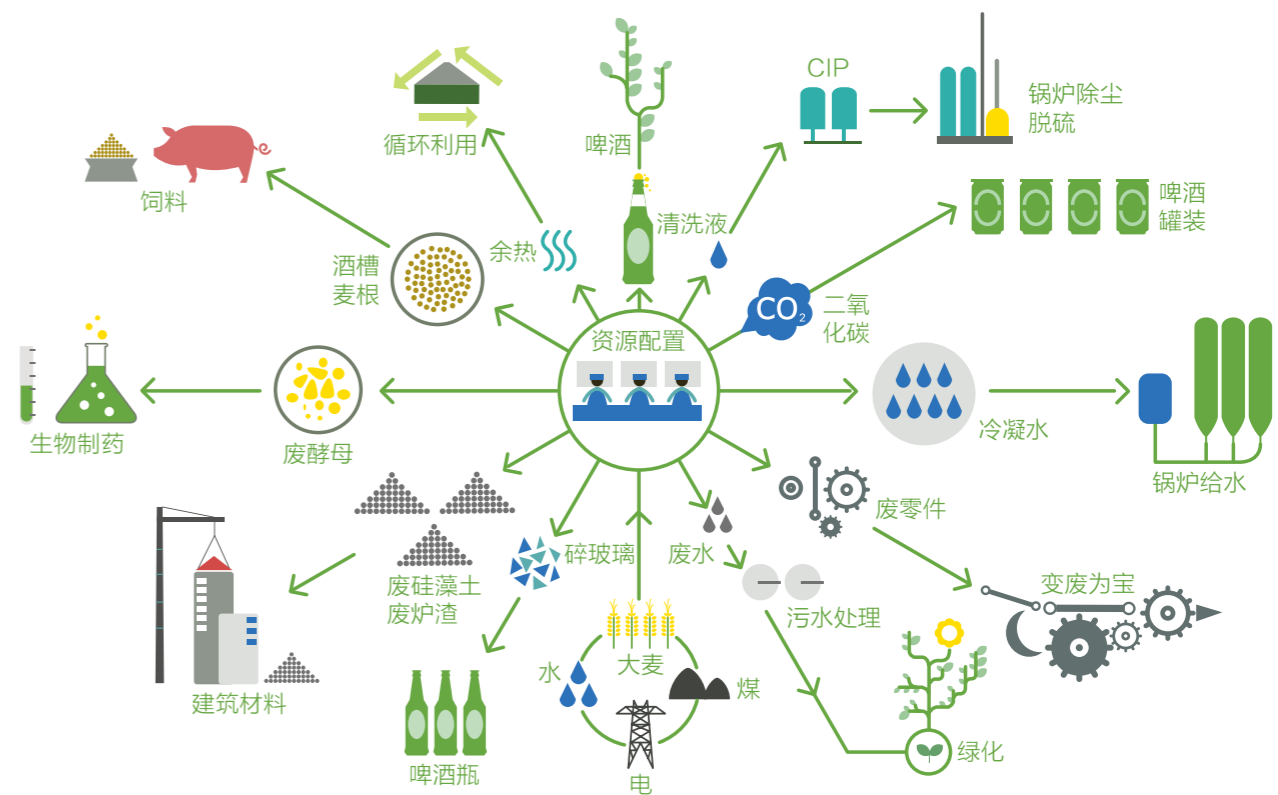
● 减少碳排放

- 减少碳排放，提升二氧化碳回收效率，实现二氧化碳零采购，自我循环再利用。



松江公司二氧化碳储罐气相杂质再回收

- 从6月开始，储罐气相均控制在99.99%以上
- 二氧化碳进罐回收率从85%提升至90%以上；按年回收量5500t计算，全年可节约20余万元
- 提升回收率5%，即减少二氧化碳气体排放280吨



爱护环境争做绿色先锋

2015年6月，青岛啤酒公司率先在行业内成立了“环保志愿者联盟”。经过两年的发展，已由最初的2000名成员壮大到1万余人。各单位的环保志愿者们开展了丰富多样的环保活动：低碳骑行、环保理念宣传、植树造林、健步行、保护水源地、全

员清洁、以旧换新、走进社区、废物利用、环保创意活动等1000余次环保活动，有效地促进了环保理念的广泛传播，打造了一条条靓丽的环保风景线。不仅将青岛啤酒的环保精神传播到世界各地，也受到广大朋友的认可和点赞。

6月5日，青岛啤酒公司在青啤二厂举行“六·五”环境日宣传纪念活动暨万人护绿大行动启动仪式，300多名“蓝天卫士”在青啤环保旗的引领下，走近张村河，为这条城市生态河流“护绿洗脸”。与此同时青岛啤酒遍布全国各地60多家工厂的近万名职工，也纷纷走上街头同步开展万人护绿活动。



青岛啤酒厂环保志愿者们积极参加了青岛市“让大海更加蔚蓝·保护环境，清洁海洋”活动



黄石工厂开展环保植树活动



珠海公司美化厂区活动



西安公司碧水蓝天亲子体验活动



泸州公司环保志愿者走上街头清扫卫生



青岛啤酒二厂环保志愿者上街发放环保宣传材料

关爱社会

作为新时代的企业，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、关爱环境，在全国各地的工厂开展万人护绿行动、设立关爱基金扶贫济弱、弘扬正能量设立青啤好人奖，鼓励员工见义勇为、乐于助人、敬老爱亲等，为员工、消费者、利益相关方、整个社会尽到企业的责任，展现了中国品牌的责任和担当。



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

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

我们的行动 健康饮酒生活

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

作为“酒与社会责任促进联盟”的轮值主席单位，青岛啤酒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”。2017年10月20日-10月27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，通过张贴、发放宣传单页，倡导“适量饮酒 快乐生活”的理性饮酒理念；借助青啤博物馆、纯生之旅等工业旅游项目，向前来参观的社区居民、游客倡导理性饮酒，让健康与快乐同在……



“弘扬时代正能量”首设“青啤好人奖”

2017年12月6日下午，2017青啤员工文化艺术节暨“青啤好人奖”发布仪式举行，来自青岛啤酒全国各地的50多家单位的一线员工参加了文艺汇演，“青啤好人奖”包括“助人为乐好人”、“见义勇为好人”、“诚实守信好人”、“孝老爱亲好人”。

“青啤好人奖”的首次设立，旨在大力推进青啤公司的企业文化建设落地，进一步弘扬社会正气，践行青啤员工“好人酿好酒”的庄严承诺，展现和表彰企业在发展过程中涌现出来的一系列青啤人的英模品质和好人好事，推动在全公司形成“发现好人、推荐好人、崇尚好人、争做好人”的良好风尚。



案例

- 2017年7月，青岛啤酒（郴州）公司生产部党员前往革命事迹陈列馆开展红色教育的路上，行至杭溪峡谷时，遇到一名女子不慎坠落至4米深潭，何军想都没想，果断地纵身跳入深潭救人
- 7月16日，青啤质控部员工潘纲携家人外出游玩，在古城沱江发现一名游客正在拼命挣扎，越漂越远。万分危急之际，潘纲顾不得多想直接跳进沱江中去营救落水者。并在其他人合力帮忙，成功把落水游客救到了岸边
- 7月19日凌晨5点半，宿迁公司工程部部长徐其明与家人一起像往常一样跑步晨练，当路经宿迁城区古黄河边时，只见一位30多岁的女子已没入水中，两手在水面不停

地挣扎，情况十分危急。徐其明来不及解开腰带上装有小型录音机的腰包，直接跳入水中，游向女子，奋力拉住轻生女子的手将其拖向岸边

- 扬州公司安环部员工叶圣成功制止一起电瓶车电瓶偷盗事件。面对手持凶器的偷盗者，他冷静处置，勇敢面对，用实际行动弘扬了警卫班正气，保护员工财物未受损失
- 在青岛，提起“青啤托举哥”段广智，很多市民都耳熟能详，那个惊险镜头依旧历历在目：一个3岁大的男孩哇哇大哭，头部卡在4楼窗外防盗网的两条支架中间，瘦小的身体摇摇欲坠。50多岁的青啤五厂员工段广智爬上3楼窗台，只手托起4楼悬挂在防盗窗上的3岁娃娃，直至孩子获救

关爱社会——我们在您的身边

近年来，公司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。2016年，作为青岛市市直企业帮扶小组成员，公司与青岛市平度市大泽山镇建立对口扶贫关系。2017年公司项目小组多次实地调研、考察，进一步探讨帮扶计划和方案，并在春节期间，前往贫困户进行了走访慰问。2018年，公司将向该地区对口扶贫项目投入约计500万元。

2017年公司向云南普洱贫困儿童捐款10万元；完成“青岛啤酒北川娃十年共成长”圆梦公益基金，第四年成长基金的发放；完成向青岛市残疾人捐款10万元。公司各单位员工开展爱心志愿者活动37次3791人次，其中志愿献血活动、志愿环保活动、志愿陪伴活动、志愿捐助冬衣活动已成为大多数单位常规工作。

在热心教育事业上，从1996年，青啤公司就开始设立“青啤-青岛大学奖学金”，用于奖励优秀学生，扶助贫困学生；2005年，又设立了“青啤优秀园丁奖”，奖励一线优秀教师。这些奖项的设立，充分体现了青岛啤酒心系教育事业、关心人才培养的一贯理念；体现了青岛啤酒作为一个具社会责任感的企业的感恩、回馈社会的一贯宗旨，也为在全社会范围内倡导尊师重教的氛围，起到了良好的促进作用。



案例

成立岛城首个企业流动血库

为应对因为冬季寒冷天气造成的用血紧张，青岛市中心血站启动了2018年“热血多米诺”大型无偿献血公益接力活动。第二站来到了青岛啤酒集团，零下10度的冷风并未阻挡职工们献血的热情，近百名爱心职工来到献血车上献血2.22万毫升。

青岛啤酒集团成立了“青岛啤酒爱心流动血库”，这是青岛市企业单位的第一个流动血库，以后每当出现急需血情况时，这支队伍“招之能来，来之能献，献之能用”，成为一支保障血液充足的应急梯队。

传递欢聚帮助未归人回家

2018年春节期间，青岛啤酒与中国志愿服务基金会合作，以一组暖心海报发起了“送归家里程”的爱心公益活动。此次青岛啤酒将京东的旗舰店改造成了“暖心欢聚吧”，参与活动期间的消费者可以得到青啤为他们未归家人送出的4份爱心里程，青岛啤酒把这些爱心里程换算成真实的返家里程，帮助未归人回家过年，与家人共团聚。

赞助体育、文化活动——弘扬积极向上的时代精神

品牌的核心是文化与价值观，品牌精神始终与时代精神形神合一。青岛啤酒积极赞助体育赛事、参与社会人文活动，不仅铸就着新时代的品牌核心，更倡导着拼搏、奋进、激情、人文的时代主旋律。

2017年，青岛啤酒在体育营销、音乐营销的同时更加重视粉丝互动：赞助中超、亚冠、CBA联赛、首届青岛国际马拉松赛事；举办TS919纯生鲜活宝贝挑战赛、海陆空啤酒节、大学生音乐节等体育和音乐赛事，弘扬积极向上的时代精神。

1 “罐名” 2017 青岛马拉松



2 崂山啤酒继续牵手 CBA，将“喝伙人联盟”带到了赛场内外



3 携手亚冠联赛



4 独家冠名纯生鲜活宝贝 TS919 挑战赛，鼓励每个人去追逐与实现“鲜活人生”的梦想



5 崂山啤酒进入“超时代”，成为中超联赛的官方合作伙伴



6 赞助大学生音乐节，一场有“啤气”的音乐盛宴





昆山公司员工为山区孩子献爱心



廊坊公司慰问福源老年公寓



洛阳公司走进宜阳县寻村镇黄理小学慰问



寿光公司举办一年一度的“金秋助学”活动，为员工升子女发放奖学金

我们的志愿者服务队



绿兰莎公司爱心志愿者参与公益环城跑，为特困（大病）青少年筹款



青岛啤酒厂爱心志愿者端午节为社区孤寡老人包粽子



鞍山公司为受灾岫岩地区捐款



菏泽公司向一线执勤交警送去遮阳伞



青啤二厂员工参加青岛国际马拉松赛，现场为参赛选手提供志愿服务



宝鸡公司为西山孙家村小学献爱心

和谐价值链

青岛啤酒“以机制激活人力资源”，秉承“合适的人干合适的事”的人才观，根据公司的发展和员工的特长来进行“人岗适配”。多年来公司致力于人才梯队建设、储备人才的培养，为其提供丰富的职业培训和广阔的发展机会，让每一位员工快乐工作、快速成长，把青岛啤酒的高品质与快乐传递给全球消费者。

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

2017年公司以法律法规为底线，以建立应用核心查核卡为手段，持续开展“我的安全我做主”主题活动，提升全员意识，培养专业队伍，熟练运用新工具新方法，持续提升安全绩效，支持公司健康发展。

公司全年未发生重伤及以上安全责任事故，损失工作日工伤同比降低78%。公司连续10年获得山东省安全生产先进单位的称号，各单位获得各项安全荣誉表彰51项，其中省级表彰7项，市级表彰28项。

全面落实主体责任，我的安全我做主

- 强化安全管理责任落实
 - 形成以各级“一把手”为第一责任人的安全生产责任制，充分发挥有系统、分层次的体系保证作用，做到一岗双责、人人负责、失职追责，切实落实主体责任
- 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42学时，远超国家全年人均培训8学时的标准要求
- 发布《班组安全管理标准化建设推进方案》，启动“班组安全管理标准化建设”活动，在责任制落实、制度建设、现场管理、文化建设等9个方面开展达标建设工作，进行安全管理标杆班组评选，评选出安全管理标杆班组12个
- 开展各项应急预案演练，强调实战性，增加夜间演练等形式，累计演练1519次



青啤四厂员工在安全生产月主题看板上签字



揭阳公司多次开展“居安思危”应急演练活动，进行家眼操作

持续完善安全管理体系

- 发布安全管理最高纲领
 - 发布了以“愿景、使命、方针、主张、价值观、禁令、流程制度、核心查核卡”为主的公司安全管理最高纲领，形成了完整的管理体系
- 优化流程制度，更实用，更好用
 - 建立流程制度优化计划，主动征集工厂文件试运行反馈意见，针对在实际运行中发现的问题，不断改进；完成《氨系统安全管理规定》等9个文件的修订完善
- 先进管理工具持续落地
 - BBS 推进：
 - 64家工厂全部完成BBS管理工具的推进，每家工厂完成讲师2人、观察师20人的标准配置要求，安全意识比率由72%上升至86%，提高14个百分点
 - JSEA 推进：
 - 形成一套高风险作业的工作标准，作业前开展JSEA分析，有效控制消除作业过程中的风险，并现场拍照存档

聚焦管理重点，防范主要风险，建立安全环保核心查核卡

- 形成了一整套4层级的安全环保核心查核卡，其中安全核心查核卡22个，1051个评价细则，总分2450分
- 确定了借鉴ISRS思路、盯重点、抓落地的核心查核卡思路

安全环保核心查核卡形成了一整套

4 层级

其中安全核心查核卡

22 个

评价细则

1051 个



珠海公司开展安全培训

保障员工权益 关注员工健康

雇佣平等合规

- 青岛啤酒现有员工四万多人，在用工方面坚持平等雇佣原则，不因民族、国籍、性别、宗教、年龄、政治派别、婚姻状况等社会身份而影响其录用
- 坚持公开雇佣原则，招聘信息均通过公开渠道进行发布并进行人员招募
- 所有业务均禁止雇佣童工和强迫或强制劳工，不允许有童工在任何工作场所工作
- 2017年青啤公司未发现任何业务存在雇佣童工或使用强迫或强制劳工的重大风险
- 2011-2017年青啤公司连续七年荣获“中国年度最佳雇主”称号

保障平等权益 加强员工交流

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，完善员工关系管理体系，确保了员工权益的有效保障。

- 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
- 搭建“兼职员工沟通辅导员”队伍，认证工厂累计覆盖率100%
- 借助新媒体，先后开通员工辅导中心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、培训信息推送、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

公平合理的薪酬与福利

- 严格遵守国家和省市相关规定，员工享有带薪休假、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，基于效率、效益的投入产出的工资增长管理模式

专项拨款 关爱员工

- 实施十项员工“普惠工程”计划
- 看望生病员工及家属347人次，慰问品慰问金累计22.9万元
- 青啤员工“关爱基金”救助大病员工17人次，共累计382941元，接受60多家单位员工捐款783257.74元
- 对青岛本埠各单位提报的174位特困员工及外派员工开展送温暖活动，共计发放慰问品及慰问金15.7万余元
- 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
- 发放“工会会员服务卡”，为员工提供生活便利



青啤公司 EAP 积极心理建设与高效领导力培训

雇主品牌建设

2017年，青岛啤酒在雇主文化、雇主环境、雇主形象、培训发展、大学生中的影响力等方面获得多家人力资源专业机构认可，荣获多个奖项。



- 1 2017 中国年度最佳雇主
- 2 2017 年度中国典范雇主
- 3 第十五届中国大学生最佳雇主快消零售行业 top15
- 4 2017 年度华北地区非常雇主

我们帮助员工 快速成长

优选“金牌技能专家”

28名

持续推进全员能力建设

- 2017年围绕在岗员工履职能力提升以及储备梯队人才培养，持续推进全员能力建设，公司各基层单位1903所学校、纯生学校、保全学校、学习共享汇、Tsingtao书院等

“酿造”人才 选拔技能明星

- 2017年完善金牌技能专家人才选拔、使用、激励和动态管理机制，在糖化、发酵、过滤、装酒、贴标、全包和PLC七个制造工厂核心岗位选拔了28名金牌技能专家，打造技能类人才明星。评选出的金牌技能专家将作为技术帮扶、项目攻关、专业讲师、课程开发、梯队人才培养的核心力量
- 2017年建立公司PLC实训基地，2名金牌技能专家担任PLC专业讲师

学习组织建设遍地开花；营销、制造实训基地，训练营、岗位大练兵、技能大赛、微课大赛为各类员工搭建了成长的平台。

打造“营销战狼团队”

- 2017年持续营造“比、学、赶、超”的竞争氛围，激发员工潜能与斗志，全年共颁发战狼荣誉战区31个、战狼奖杯86个、战狼荣誉先锋战旗1244个；战狼奖章7928人次，其中：大区经理1019人次、办事处经理1329人次、业务代表5580人次
- 2017年举办“经营训练营战狼荣誉班”，入选学员皆为获得6枚以上战狼荣誉奖章的一线大区经理，为他们注入新的能量与动力



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，力求与合作伙伴共同实现基业长青。

全力帮助供应商

2017年，我们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，

• 环保支持

公司主动对供应商进行调研排查，通过审计交流等方式，要求供应商自我加压，进行环保设施改造，先后对纸箱、商标、瓶盖、易拉罐等供应商进行监督，提高了供应商环保水平，也保证了物料供应

• 新瓶商已全部达标排放，并逐步使用天然气等清洁能源，减少污染物排放。同时为了促进供应商的改进意愿，青啤公司主动承担了啤酒瓶企业环保成本增长带来的采购成本增加

• 资金支持 技术交流

• 2017年通过淡季存 15800 万只瓶对供应商提供资金支持，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

• 通过技术交流、现场技术指导，帮助供应商提升管理水平。财务公司提供票据贴现，支持供方资金周转

同时提高效率、降低能耗，将对环境的影响降到最低，打造了一条绿色的产业链。

• 啤酒瓶供应商不断通过技术创新提高效率、降低成本。如调整工艺，提高窑炉出料量，改造三滴行列机，制瓶速度提高30%以上；提高生产控制精细度，达到轻量化瓶制瓶要求

• 玻璃厂积极开展清洁生产和循环经济，不断提高环境管理水平。生产过程中玻璃清洁用水、瓶模冷却用水和除尘脱硫用水循环使用，做到零排放。物料堆场采取封闭、遮盖等措施防止扬尘污染

• 针对纸箱供应商资金紧张现状，公司几次提前支付部分应付账款，累计达2亿元，帮助供应商解决资金困难。



与供应商合作共赢

2017年，对供应商提供资金支持通过淡季存

15800 万只瓶

帮助供应商解决资金困难累计达

2 亿元

真心扶持经销商

青岛啤酒充分尊重和认可每一家经销商，我们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。

• 推行经销商联合生意计划
• 推动厂商协同和战略经销商运营能力不断提升

• 加强与经销商的沟通，鼓励经销商积极进取
• 召开青岛啤酒金鹰会 2017 年度会议

• 开展实施经销商培训
• 组织开展两期“经销商共赢班专题培训”，加强业务团队与经销商之间的最佳实践交流，有效提高经销商的经营意识和市场专业运作能力

与经销商合作共赢



2017 年荣誉

类别	奖项名称
品牌、公司形象类	最具竞争力企业
	2017年度质量标杆企业
	2017中国酒业十大文化影响力品牌
	入选2017年（第十四届）《中国500最具价值品牌》排行榜 品牌价值1297.62亿元
	入选“2017全球食品企业百强榜”
	荣膺“2017中国年度影响力品牌”
	最受赞赏公司（12度荣膺）
	中国最受尊敬企业（14度荣膺）
	2017亚洲品牌500强
	2017年度中国品牌奖
创新、产品类	2017年度中国酒业品牌50强
	入选山东省首届“厚道鲁商”品牌形象榜
	在线上首购最受欢迎的啤酒品牌TOP5中，青岛啤酒高居榜首 是消费者最喜欢购买的啤酒品牌
	2017企业大数据传播创新奖
资本市场及社会责任类	十佳品质评选杰出贡献奖
	金箸奖2017中国食品标杆企业
	“青岛啤酒全球举杯共分享”获得“年度创新案例奖”
	2016改变中国的企业样板之口碑销售企业奖
	2017中国年度最佳雇主、年度中国典范雇主
	荣获“最佳市值管理中国酒业上市公司奖”

第三方评价

报告评价

2017年，我国啤酒产量依旧呈下滑态势，但行业复苏景象越发明显。随着消费升级，企业在产品结构、营销渠道、品牌形象、消费互动等方面进行了深度调整，主要体现在品类创新、去低端产能、拥抱新零售等。2017年的深度调整使许多企业的营收和利润实现了双丰收，为企业后续发展积蓄了能量。2018年是啤酒行业调整的关键年，同样面临着诸多风险，如消费粘性下降、品类消费文化薄弱、原料供应系统性风险等方面都将是未来企业发展需要关注的焦点。

报告建议

消费升级带来产品升级机会，一味追求市场份额的时代已经过去，多元化、个性化的消费时代已经来临，企业也应借此机会积极培育中国啤酒品类消费文化。而要建立中国独有的消费文化，就必须在生产中精益求精，苛求完美，在持续的品质和口碑中，凝聚和积淀中国啤酒品类的优势文化。

从《青岛啤酒股份有限公司2017环境、社会及管治报告》（下称《报告》）可以看出，2017年青岛啤酒面对原料、包材和人力等因素成本上涨的多重压力，积极调整发展战略，坚信“工匠精神生金”，拥抱消费者主权时代，紧紧抓住“创新”主线，在质量管理、新技术、新渠道、新模式上不断创新，以创新求发展。为了酿造高品质啤酒，独创“双叠加三解码”质量管理模式，将质量管理的目标从满足“高标准”转向满足“高需求”，让质量标准成为质量管理模式的落地保障，打造差异化核心竞争力。

建议青岛啤酒将技术创新和传播品类优势文化有机结合，积极培育啤酒新品类、新场景、新文化，树立“大国工匠”的榜样力量，酿造出备受消费者喜爱的啤酒。同时肩负起民族品牌的担当与责任，持续推动民族品牌国际化，进一步提升中国啤酒行业国际形象和地位。

—— 中国酒业协会啤酒分会

青岛啤酒还通过环境保护、倡导理性饮酒、精准扶贫、社会公益、弘扬社会正能量等各项工作，不断提升企业的社会责任。相信青岛啤酒一定能够借助质量优势、品牌优势、技术优势、管理优势、市场优势、团队优势肩负起新时代的新责任，打造国内啤酒制造业新高度，将中国品牌推向世界巅峰。



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2017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 “114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 “2017年荣誉等”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

传真：0532-85720051

电子邮件：

zhutt@tsingtao.com.cn



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

