

Carlsberg
China



arls

(600132.SH)

重庆啤酒股份有限公司

2025年环境、社会和公司治理报告

关于本报告

本报告是重庆啤酒股份有限公司（以下简称“公司”）发布的第四份环境、社会及公司治理（ESG）报告。本报告重点展示了公司在环境、社会及公司治理方面的相关政策、管理实践与绩效，帮助各利益相关方更直观地了解公司的 ESG 表现。

➤ 时间范围

本报告涵盖二零二五年一月一日至二零二五年十二月三十一日（“2025 年”“报告期内”“本年度”），基于报告的延续性和对比性，部分数据和信息适当追溯或延伸到其他重要年份。

➤ 组织范围

如无特殊说明，本报告以“重庆啤酒股份有限公司”（股票代码：600132）为主体，报告披露口径与年报保持一致。

➤ 编制依据

本报告的编制参考了《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》《GRI 可持续发展报告标准（简称 GRI 标准）》和 ISSB 所颁布的《IFRS 可持续发展披露准则》以及《酒类企业 ESG 评价指南》《酒类企业 ESG 披露指南》，并结合联合国可持续发展目标（SDGs）之建议进行编写。

➤ 报告称谓说明

为便于表达与阅读，报告中“重啤股份”“公司”和“我们”均表示重庆啤酒股份有限公司，“集团”表示嘉士伯有限公司（Carlsberg A/S）。

➤ 资料说明

本报告引用的全部信息资料均来自于公司正式文件、统计报告与财务报告。本报告所用资料由本公司员工及合作伙伴提供，目的仅供本公司环境、社会及公司治理情况披露使用，不用于商业用途。

➤ 免责声明

本报告的部分内容具有前瞻性，包括关于未来发展的计划、目标等。该部分内容是基于管理层当前的期望，可能受到不确定因素的影响导致其与实际结果产生重大差异，本公司不承担更新本报告中任何前瞻性声明的义务。

➤ 报告批准与获取

本报告已于 2026 年 3 月 9 日获董事会审议批准。本报告提供简体中文及英文两种版本，内容上如有细微出入，请以报告中文版为准。报告电子版可在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）及公司官方网站（<https://www.carlsbergchina.com.cn>）上获取。

目录

关于本报告	01
关键ESG指标	03
总裁致辞	05
关于我们	06
公司简介	06
2025年度荣誉	07
ESG治理	13
利益相关方沟通	14
双重重要性评估	15

六大零目标 16

零碳足迹	17
零农业足迹	25
零包装浪费	28
零水浪费	31
零非理性饮酒	36
零事故文化	40

重点关注领域 49

排放管理	50
产品与服务	54
多元、平等与包容	60
负责任采购	68
社区参与	69
合规管理	74

附录 83

第三方评价	83
GRI索引	84
上交所ESG制表索引	87
ESG关键指标绩效	91

关键 ESG 指标



零碳足迹

-78.47%

2025 年较 2015 年
每百升碳排放下降
78.47%

-1,940,421 吨

2015-2025 年累计减
碳量为 1,940,421 吨，
相当于 71.3 万辆小汽
车停开一年

100%

2025 年叉车电气化比
例提升至 100%

100% 绿电

全年使用绿电
164,477.64 MWh，
减排 8.7 万吨 CO₂e，
相当于植树 379 万棵



零农业足迹

30.8 万吨

本年度回收利用废湿
酒糟共 30.8 万吨，相
当于 5.28 万头牛或
36.96 万头羊一年的
饲料量

100%

主要辅料 100% 本地采
购，另有 55% 的啤酒
花以及 35% 麦芽产品
实现本地化采购



零包装浪费

93.1%

回瓶率较 2022 年提升
4.3%。重庆区域回瓶
率为 93.1%

3 万吨

年度累计回收碎玻璃 3
万吨，相当于 1.2 亿个
330ml 啤酒瓶，
减少碳排放 2.39 万吨

-2,300 吨

轻量化行动减少瓦楞纸
2,300 吨、塑料 336 吨、
玻璃 1,900 吨与
铝材 350 吨

4.9 亿张

2025 年，摇篮到摇篮
(Cradle to Cradle)
环保油墨标签的使用量
约为 4.9 亿张



零水浪费

-47.55%

2025 年平均水耗 2.03hl/
hl，比 2015 年下降
47.55%

18,836,290 立方米

2015-2025 年累计节水
量为 18,836,290 立方米，
相当于 3.42 个玄武湖

7 家

目前已有 7 家酒厂率先实
现“公司范围内水耗达到
2.0 hl/hl”目标

3.06 万平方米

重庆、江苏和云南 3 地水
回馈项目 100% 完成，累
计回馈水量 121.42 万立
方米，修复与新增湿地面
积超过 3.06 万平方米，
相当于 4 个标准足球场



零非理性饮酒

3 种

全部酒精产品包装上添
加了 3 种理性饮酒警示
标识

4 款

已推出 4 款低醇产品

200 万次

在主流平台的啤酒产品
搜索及浏览页面投放线
上理性饮酒广告，总曝
光量超过 200 万次

多场景

融入“渝超联赛”“乌
鲁木齐国际马拉松”及
酒厂开放日，覆盖消费
者全触点



零事故文化

连续 15 年

公司连续 15 年举办全员
安全日活动，不断提升
员工的能力及安全意识

超过 10 年

8 家酒厂超过 10 年没有
损失工时事故数

连续 2 年

全国 27 家酒厂连续 2 年
零损失工时事故

-94%

与 2018 年相比，包含
供应链与销售行政所有
员工与承包商在内的损
失工时事故数下降 94%



产品与服务

100%

100% 酒厂获得 ISO 9001 质量管理体系认证和 HACCP 认证

多元、平等与包容

34.4%

女性管理者占比提升至 34.4%

负责任采购

100%

主要材料供应商 100% 通过 ISO 14001 环境管理体系认证 / ISO 9001 质量管理体系认证

社区参与

405 万助学金

“重庆啤酒”爱心助学活动累计捐赠 405 万助学金，点亮了 1,929 名贫困学子的求学路

28 万元

在云南大理和江西全南开展公益项目，支持乡村妇女就业创业培训与扶持，共计捐赠 28 万

合规管理

881 余小时

485 人次参加内控框架风险培训、财务及税务培训等风险意识培训，培训总时长达 881 余小时

52 起

成功实施打击假冒、仿冒品牌行动案件 52 起

总裁致辞

2025 年，外部环境依然充满不确定性。面对宏观形势与行业调整，重庆啤酒在“嘉速扬帆”战略指引下，坚持以消费者为中心，持续推动产品与品类创新，不断夯实经营基础，保持了稳健的发展节奏。这也再次表明，公司近年来在 ESG（环境、社会和公司治理）方面的持续投入，已成为企业高质量发展的重要支撑。

过去十年，ESG 在重庆啤酒落地生根。

自 2016 年以来，在大股东嘉士伯集团 ESG 计划的指引下，重庆啤酒围绕气候变化、水资源短缺以及社会健康福祉等全球性议题，将 ESG 系统性融入战略规划与运营管理，持续完善治理体系，并不断推进相关实践。

您手中的这份报告，不仅是重庆啤酒 2025 年 ESG 报告，也是过去十年 ESG 工作的阶段性总结。期间，我们每百升啤酒的碳排放累计下降 78.5%，相当于约 71.3 万辆小汽车停驶一年；水耗下降 47.6%，降至 2.03 hl/hl。公司共有 6 家酒厂获评国家级绿色工厂。

在 MSCI ESG 评级中，重庆啤酒已连续两年获得 AA 评级，是 A 股食品饮料上市公司中仅有的两家获得这一最高评级的企业之一。

2026 年，重庆啤酒的 ESG 工作将进入新篇章。

随着嘉士伯集团推出升级版 ESG 计划——“酿造未来（Brewing Tomorrow）”，重庆啤酒将进一步聚焦对企业发展和社会具有重要影响的关键议题，围绕“减碳降排”“守护自然”“引导选择”“赋能员工”四大支柱，持续推动负责任的商业实践。

在维持 2040 年实现全价值链净零排放目标的同时，我们还设定并更新了一系列面向 2032 年的阶段性目标，例如：到 2032 年较基准年实现自有运营碳排放减少 90%；包装材料实现 100% 可回收、可堆肥降解或可重复利用；推动所有含酒精的国际品牌配备电子标签；高级管理岗位中女性占比提升至 42% 等。

重庆啤酒将以“酿造未来”ESG 计划为指引，在既有实践基础上携手各利益相关方，稳步推进相关目标落地，为公司的稳健经营和可持续发展奠定更加坚实的基础，持续践行“酿造更美好的现在和未来”的企业宗旨。

李志刚

重庆啤酒股份有限公司 总裁



关于我们

公司简介

重庆啤酒股份有限公司 (SH.600132) 是全球三大啤酒公司之一、嘉士伯集团在中国的业务平台。嘉士伯集团创建于 1847 年，总部位于丹麦首都哥本哈根，旗下 180 多个品牌畅销于全球 150 多个市场。

公司运营着由 27 个酒厂组成的生产供应网络和覆盖中国各省区市的市場销售网络，拥有由本地品牌与国际品牌构成的品牌组合，本地品牌包括乌苏、重庆、山城、西夏、大理、风花雪月、天目湖、京 A 等，国际品牌包括嘉士伯、乐堡、

1664、布鲁克林、夏日纷等，覆盖消费者在不同消费场景下的多样化需求。

我们积极应对市场变化，是近年来增长最快的中国啤酒公司之一。2025 年，公司完成啤酒销量 299.52 万千升，营业收入 147.22 亿元，归母净利润 12.31 亿元。

目前，中国已经是嘉士伯集团在全球最大的市场。在嘉士伯集团面向 2027 年的“扬帆 27”战略中，“继续在中国取

得成功”被列为战略重点之一，致力于在中国成为最成功、最专业和最具有吸引力的啤酒公司。同时，我们也承诺通过在中国实施“共同迈向并超越零目标”ESG 计划，积极应对不平等、气候变化和水资源短缺等全球挑战，实现“零碳足迹”“零水浪费”“零农业足迹”“零包装浪费”“零非理性饮酒”“零事故文化”等一系列目标，践行嘉士伯集团的宗旨——酿造更美好的现在和未来。



2025 年度荣誉

公司荣誉



上海证券交易所

2024-2025 年度信息披露 A 级评价



中国上市公司协会

2025 年投资者关系管理最佳实践



中国上市公司协会

2025 年上市公司董事会最佳实践



中国上市公司协会

2024 年业绩说明会最佳实践



中国上市公司协会

2025 年中国上市公司内部控制最佳案例



央广网

李志刚总裁荣获央视财经金顶奖



《中国证券报》

李志刚总裁荣获金牛企业家创新奖



《中国证券报》

金牛最具投资价值奖



中国基金报

2025 年中国上市公司英华奖 A 股价值示范案例



Extel

2025 年亚洲最佳管理团队



《亚洲企业管治》

第 15 届亚洲卓越企业奖



证券时报

天马奖投资者关系管理优秀团队奖

公司荣誉

工信部
重庆啤酒入选工信部首批消费名品名单

工信部
乌苏啤酒入选工信部首批消费名品名单

中国食品工业协会
2025 中国食品工业重点企业 500 强

中国酒业协会
2025 中国酒业知识产权保护典型案例

中国酒业协会
2024 中国酒业 ESG 榜单

重庆市经济和信息化委员会指导
重庆市企业联合会（企业家协会）
重庆市工业经济联合会
重庆企业 100 强

重庆市经济和信息化委员会指导
重庆市企业联合会（企业家协会）
重庆市工业经济联合会
重庆制造业企业 100 强

重庆市商务委
重庆啤酒入选《第八批重庆老字号》名单

广东外商投资企业协会
2025 广东外资企业 ESG 最佳实践榜单

宁夏回族自治区工商联会
宁夏民营企业 100 强

宁夏回族自治区工商联会
宁夏制造业民营企业 100 强

宁夏回族自治区工业和信息化厅
西夏啤酒入选自治区首批“宁夏消费名品”

云南省企业联合会、云南省企业家协会
2025 年云南企业 100 强

云南省企业联合会、云南省企业家协会
2025 年云南制造业企业 100 强

常州市委、常州市人民政府
嘉士伯天目湖啤酒（江苏）有限公司入选
常州市五一劳动奖状表彰名单

胡润百富
2025 胡润中国食品行业百强榜

ESG 荣誉

MSCI
MSCI ESG 评级 AA 级



国家工业和信息化部
嘉士伯（中国）啤酒工贸有限公司、嘉士伯天目湖啤酒（江苏）有限公司、新疆乌苏啤酒（阿克苏）有限公司、新疆乌苏啤酒（库尔勒）有限公司、新疆乌苏啤酒（乌苏）有限公司荣获“国家级绿色工厂”



中国上市公司协会
可持续发展最佳实践案例



财富中国
2025 年 ESG 影响力榜



广州日报
2025 年度绿色先锋榜样



人民网
2025 人民企业社会责任案例



南方周末
2025 年度 ESG 低碳实践



21 世纪经济报道
21 世纪活力·ESG 环境友好案例



世界中餐业联合会
**2025 中国餐饮业 ESG 优秀案例
乌苏烧烤**



- 天目湖酒厂荣获江苏省工业和信息化厅颁发的省级绿色工厂、江苏省 2025 年先进级智能工厂
- 惠州酒厂节水项目入选广东省水利厅“2025 广东节水十大典型案例”
- 宁夏酒厂荣获宁夏回族自治区工业和信息化厅颁发的 2025 年度第一批先进级智能工厂
- 伊宁酒厂荣获新疆维吾尔自治区工业和信息化厅颁发的 2025 年自治区工业领域节水型企业
- 库尔勒酒厂荣获新疆维吾尔自治区工业和信息化厅颁发的 2025 年自治区工业领域节水标杆和节水型企业
- 乌鲁木齐酒厂荣获乌鲁木齐市生态环境局颁发的乌鲁木齐市首批“无废企业”
- 库尔勒酒厂荣获库尔勒经济技术开发区管委会颁发“2025 年度消防先进集体”称号
- 伊宁酒厂连续四年荣膺伊宁市总工会“安康杯”
- 伊宁酒厂荣获伊宁市巴彦岱镇政府颁发“优秀驻镇单位”称号
- 宁夏西夏嘉酿啤酒有限公司（以下简称西夏嘉酿公司）荣获中共贺兰县委员会、贺兰县人民政府颁发“贺兰县创新型县建设先进集体”称号
- 乌苏酒厂党支部荣获塔城地区党建评优活动“五好党支部”称号

雇主品牌、文化与人才发展荣誉



Moka、北京通用人工智能研究院、HRflag

2025 第八届中国人力资源天狼星奖——最受大学生欢迎企业最佳雇主品牌奖



实习僧

2025 年度最爱雇主



雇主品牌研究所

2025 雇主品牌创意大奖最佳创新招聘奖



智联招聘

2025 中国年度最佳雇主 (广州)



雇主品牌研究所

2025 雇主品牌创意大奖最佳 DEI 项目奖



前程无忧

大学生喜爱的雇主品牌



前程无忧

100 典范雇主人才吸引和保留典范



雇主品牌研究所

多元公平包容大奖

产品、品牌与营销荣誉



中国酒业协会
2025 年中国国际啤酒挑战赛 15 款产品
获得包括最高荣誉“四星天禄奖”等奖项



尼尔森
乌苏白啤上榜尼尔森 2025 年 BASES
突破性创新大奖，成为本年度
唯一获奖的酒类产品



德国汉诺威工业设计论坛、
全球设计大奖、红点设计大奖
嘉士伯蛇年新春包装设计荣获 2025 年
iF 设计奖、全球设计大奖、红点视讯奖



京东超市酒类业务部
“2024 年度卓越品牌”奖



美团闪购
年度最高荣誉“金闪奖”



2025 年金鼠标奖
乌苏啤酒荣获跨界联合营销类金奖、
数字媒体整合项目金奖



2025 年度抖音电商
酒水行业
“酒水金樽奖”



天猫
风花雪月玫瑰海盐风味精酿啤酒荣获天猫
新品创新中心趋势领航品牌大奖



中国酒业协会
四款产品荣获“青酌奖”



中国广告风云榜组委会
1664 荣获第十届中国广告风云榜
最佳场景营销案例

- 虎啸奖组委会第十六届（2024-2025）虎啸奖铜奖
- thebeijinger JUICY BURGER CUP 2025 京 A 荣获巨 C 汉堡杯 8 强
- Top Digital 创新营销奖组委会 2025 金梧奖银奖
- 福布斯中国乌苏烧烤·成都大排档宵夜城荣获福布斯中国“2025 大消费年度创新品牌”
- 美国酿酒师协会 2025 世界啤酒大赛奖荣获 4 项“中国最佳”等奖项
- 第 30 届餐饮影响力嘉年华乌苏烧烤荣获品牌百强
- 风向标主理人推荐排行榜京 A 精酿啤酒荣获最佳酒标设计奖
- 成都餐饮同业公会乌苏烧烤荣获第十四届成都苍蝇馆子 50 强
- 北京烹饪协会、北京商报社北京餐饮门店 100 强
- 火锅餐见 | 烧烤餐见（金鼎奖）乌苏烧烤荣获 2025 年度全国烧烤业最具人气品牌
- 美团 & 美团外卖必点榜京 A 门店荣获 2025 北京上榜餐厅
- 高德乌苏烧烤·成都大排档宵夜城上榜 2025 高德地图扫街榜 & 状元榜
- 大众点评必玩榜京 A 门店荣获 2025 上榜玩乐地
- 职业餐饮网乌苏烧烤·成都宵夜城荣获职业餐饮网金芒奖——年度现象级品牌奖
- GOGO ANNUAL AWARDS 2026 京 A 荣获年度先锋精酿品牌奖
- 第十一届餐饮创新大会乌苏烧烤·大排档宵夜城（1 号旗舰店）荣获第十一届餐饮创新大会中国餐饮创新头部品牌榜“最佳标杆门店”

TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND 共同迈向并超越零目标



零碳足迹
ZERO
Carbon
Footprint



零农业足迹
ZERO
Farming
Footprint



零包装浪费
ZERO
Packaging
Waste



零水浪费
ZERO
Water
Waste



零非理性饮酒
ZERO
Irresponsible
Drinking



零事故文化
ZERO
Accidents
Culture

负责任采购
Responsible
Sourcing

多元、平等和包容
Diversity, Equity
& Inclusion

以人为本
Human
Rights

根据指南行事
Living By
Our Compass

社区参与
Community
Engagement

注：“共同迈向并超越零目标” ESG 计划详见2024年ESG报告第9到第11页。2025年，公司继续执行该计划，因此本报告所披露的阶段性目标仍以2030年为时间节点。2026年3月，嘉士伯集团发布全新升级的ESG计划“酿造未来（Brewing Tomorrow）”。公司将在后续报告中逐步衔接新计划的框架与要求，披露相关目标、路线图及进展情况，保持披露口径的一致性与可比性。

ESG 治理

ESG 管治架构

公司将 ESG 治理贯彻落实于日常运营中，建立由总裁、TTZAB 目标牵头人及 ESG 执行负责人为核心的三级 ESG 管理体系，共同负责公司 ESG 战略规划、统筹协调以及工作落实。同时，公司通过制定和拆解目标 KPI 并持续追踪进展情况，推动公司 ESG 及战略落地，实现高效的 ESG 管理。

董事会成员具备可持续发展、风险管理及审计等相关背景，能够对公司 ESG 实践、风险控制及信息披露提供有效监督。部分 ESG 指标已纳入高管年度绩效评估体系。



ESG 执行负责人：负责 ESG 行动的执行与落实

ESG 信息披露小组：负责收集和统计 ESG 行动进展并完成汇报及信息披露

利益相关方沟通

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

利益相关方	 员工	 投资人与股东	 客户与消费者	 供应商	 媒体	 政府及监管机构	 行业协会	 产学研合作伙伴
沟通方式	<ul style="list-style-type: none"> • 问卷调查 • 线上与线下的员工活动 • 邮件沟通 • 全员及部门会议 	<ul style="list-style-type: none"> • 业绩说明会 • 券商策略会 • 境内外反路演 • 酒厂参观 • 场景体验 • 新品品鉴会 	<ul style="list-style-type: none"> • 消费者满意度调查 • 投诉热线 • 零售店意见反馈渠道 • 市场营销活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 供应商信息反馈渠道 • 定期沟通交流 • 审核与评估 • 信息共享 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期与不定期媒体拜访 • 公司最新情况及及时沟通 • 媒体品鉴会 • 酒厂参观 • 媒体 ESG 工作坊 • 总裁专访 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期拜访与专题汇报 • 参与政府组织的调研、评选活动 • 参与政策法规的制定和修订 	<ul style="list-style-type: none"> • 加入行业协会 • 参与行业标准制定 • 参与行业内活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 开展项目课题及产学研等合作
利益相关方关注点	<ul style="list-style-type: none"> • 员工待遇 • 员工发展与培训 • 员工权益与关怀 • 员工健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 风险管理 • 投资回报 • 企业管治 • 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> • 高质量产品 • 多元化产品 • 完善的客户服务 • 畅通的沟通渠道 	<ul style="list-style-type: none"> • 公平、公开、公正采购 • 供应商扶持 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司业绩 • 可持续发展表现 • 公司未来发展策略 	<ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 依法纳税 • 带动区域经济发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品质量 • 行业合作和发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 产品研发创新 • 人才培养 • 实现共赢
我们的回应	<ul style="list-style-type: none"> • 建立多元化员工沟通渠道 • 保障员工权益 • 提供员工培训及发展空间 • 呵护员工身心健康 	<ul style="list-style-type: none"> • 举办股东大会 • 完成定期报告及临时公告披露 • 参加投资者路演等活动 	<ul style="list-style-type: none"> • 及时响应消费者诉求 • 开展负责任营销 • 践行理性饮酒倡议 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立完整的供应商管理体系 • 推行责任采购 • 开展供应商培训与沟通 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期与媒体沟通 • 定期披露可持续发展报告 • 举办媒体品鉴会及 ESG 工作坊 	<ul style="list-style-type: none"> • 遵守所有适用法律 • 报告企业经济贡献 • 推进 TTZAB 计划 • 参与国家示范试点项目 	<ul style="list-style-type: none"> • 加入行业协会 • 参与行业标准制定 • 参与行业协会倡议 	<ul style="list-style-type: none"> • 开展产学研合作

双重重要性评估

公司高度重视可持续发展议题的识别、评估与管理。2025 年，我们基于往年重大性议题矩阵，结合 ESG 管治最新趋势、公司业务布局和发展动态、资本市场主流 ESG 评级标准和同行最佳实践，对年度重大性议题矩阵进行全面审阅与优化。

影响重要性评估

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

财务重要性评估

我们依据嘉士伯集团开展的财务重要性评估结果对“气候变化”和“消费者和终端用户”议题进行重点管理，管理内容详见“零碳足迹”和“零非理性饮酒”小节。

高度重要议题

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

中度重要议题

- 数据安全及隐私
- 供应链管理
- 能源管理
- 废弃物 / 污染物管理
- 员工发展
- 负责任营销

低度重要议题

- 可持续农业
- 理性饮酒倡导
- 多元、平等与包容
- 客户服务
- 社区贡献与影响

2025 年 ESG 重大议题矩阵





六个零目标

重庆啤酒将“共同迈向并超越零目标”(TTZAB)计划作为应对全球挑战、推动可持续发展的核心战略,系统围绕“零碳足迹”、“零农业足迹”、“零包装浪费”、“零水浪费”、“零非理性饮酒”、“零事故文化”六大目标,将责任全面融入企业运营与价值链管理。我们协同价值链伙伴与社区,通过负责的商业实践,扎实推进2030年与2040年可持续发展目标的达成,为行业与社会长期价值贡献力量。

 零碳足迹	17	 零水浪费	31
 零农业足迹	25	 零非理性饮酒	36
 零包装浪费	28	 零事故文化	40

零碳足迹

在全球气候变化影响加剧、中国“双碳”目标深入推进的背景下，啤酒行业正加速迈向以低碳竞争力为核心的高质量发展新阶段。作为行业领军企业，公司将应对气候变化与绿色转型作为长期战略方向，持续加大资源投入与系统治理力度，推动全价值链协同减排。我们坚定践行“零碳足迹”目标，围绕原料种植、生产制造、包装、物流配送及冷却储存等全价值链关键环节，系统性推进节能降碳、能源结构优化与运营效率提升，稳步迈向 2040 年全价值链净零排放的总体目标。

我们的策略

在总裁统筹领导下，气候变化议题相关工作由供应链副总裁牵头推进，负责指导并落实日常管理实践，并围绕节能减排、降低产品碳足迹等重点议题定期开展汇报与沟通、审核与检讨，持续推动改进与优化。

我们的行动

公司针对种植、生产制造、包装、物流运输及冷却储存等全价值链环节开展碳足迹评估，并针对各环节制定并落实减碳举措。同时，我们将气候变化风险纳入风险管理体系，并推进转型计划与配套应对措施，持续提升公司的气候韧性。

减少产品碳足迹

公司将产品全价值链碳排放管理视为重点工作。在集团统筹指导下，我们围绕种植及加工生产原料、啤酒生产、包装材料使用、物流运输及终端冷却储存等关键环节，开展产品碳足迹评估¹，并制定和推进相应减碳行动计划。

2025 年全价值链的碳排放情况



各环节占产品全价值链碳排放的比例	种植和加工生产原料过程	啤酒生产过程	包装材料使用过程	运输配送过程	终端冷藏过程	价值链碳排放强度 (kgCO ₂ e/hl)
------------------	-------------	--------	----------	--------	--------	-----------------------------------

16%

7%

57%

11%

9%

62.3

¹ 根据世界资源研究所 (WRI) 和世界可持续发展工商理事会 (WBCSD) 编制《温室气体核算体系》(GHG protocol) 中规定的范围1、2、3 排放，并参考欧盟委员会制定的产品环境足迹(Product Environmental Footprint, PEF) 指南(包括啤酒类别规则) 以及饮料行业温室气体排放部门指南，开展产品碳足迹评估。

➤ 种植和加工生产原料环节

啤酒原料种植及加工生产环节产生的温室气体排放占全价值链碳排放的 16%。围绕“零农业足迹”目标，我们积极推动上游供应商协同减碳，共同推进可持续农业实践与可持续原材料采购，努力降低业务活动对生态环境的潜在影响。关于种植及加工生产原料环节的具体减碳举措，详见本报告“零农业足迹”章节。

➤ 啤酒生产环节

啤酒生产环节产生的温室气体排放占全价值链碳排放的 7%。为达成“2030 年实现 100% 绿色电力使用，并推动所有酒厂实现碳中和”的长期目标，我们持续推动各酒厂建立能源管理体系，截至 2025 年，天目湖酒厂和大理酒厂均已获得 ISO 50001 能源管理体系认证。此外，我们通过工艺优化、设备更新、推进可再生能源应用及智能化改造应用等方式，不断提升能源利用效率，降低能源消耗与相关碳排放，以行动践行绿色酿造理念。

围绕重点能耗设备与关键工序，公司积极引入新技术并实施针对性技术改造，通过持续推进锅炉效率提升、煮沸锅蒸发率降低、热能综合利用及热泵应用等措施，有效降低了生产热耗、提升了能源利用效率，进而带动生产端的碳排放协同下降。目前，中国区酒厂均已安装煮沸锅热能回收装置，进一步提升了热能回收利用水平。

2025 年酒厂已开展的热能回收项目

勃克酒厂

安装了全公司首个热泵系统，回收杀菌机后端余热并回用于杀菌机，杀菌机蒸汽消耗最高可降低 49%，预估每年节约天然气约 11 万立方米，节约成本约 20 万元。

石柱酒厂

升级包装线洗瓶机与杀菌机的设备保温性能，有效降低包装线蒸汽消耗，预计节约热耗达 1.48 kWh/hl，每年节约蒸汽成本约 32 万元。

同时，我们已在大理酒厂、安徽酒厂、大竹林酒厂、佛山酒厂等多个酒厂开展沼气热能综合利用项目。2025 年，公司能效与碳减排表现持续提升，酿造每百升啤酒的热能耗已降至 13.967 kWh，较 2024 年降低约 8.6%；酿造每百升啤酒的碳排放较 2015 年下降 78.47%，减碳成效显著。

此外，我们持续推进能源结构优化，通过安装光伏等方式扩大清洁能源供给，提升可再生能源使用比例。目前，公司已实现 100% 绿色电力使用，2025 年共计使用绿电 164,477.64 MWh，避免碳排放量 87,271.84 吨，相当于植树 379 万棵，或 3.21 万辆小汽车停开一年。





乌苏啤酒新添 三家国家级“绿色工厂” 绿色酿造实践再获认可

2026年2月5日，国家工信部公示了绿色工厂、绿色工业园区（2025年）名单，新疆乌苏啤酒有限责任公司（以下简称“乌苏啤酒”）一举拿下三个国家级“绿色工厂”，分别为新疆乌苏啤酒（阿克苏）有限公司、新疆乌苏啤酒（库尔勒）有限公司、新疆乌苏啤酒（乌苏）有限公司，体现了企业在绿色制造与可持续发展领域的系统性成果。

乌苏啤酒将绿色酿造理念贯穿于生产运营全流程，通过技术改造、能源优化与资源循环，有效减少碳排放。阿克苏酒厂通过糖化系统升级、锅炉低氮燃烧改造等技改项目，持续降低能源消耗；并对发酵过程中产生的二氧化碳进行100%回收利用，实现二氧化碳零采购，有效降低碳排放强度。同时，酒厂对酒糟、废酵母等副产物进行100%回收，并推进资源化利用。此外，酒厂100%回收处置碎酒瓶等固体废弃物，推动循环经济模式建设。

库尔勒酒厂在包装环节采用轻量化和再生材料含量超过60%的玻璃瓶，并配套使用环保油墨和不含PVC材料的标签和瓶盖，最大程度减少材料对环境的污染，助力实现“2030年包装100%可回收、可再生、可降解”目标。

乌苏酒厂不断强化能源管理，通过实施蒸汽管道升级、综合节能技术改造、高效照明、太阳能路灯等节能项目，降低能源消耗，单位产品综合能耗达到《啤酒单位产品能源消耗限额》（GB 32047-2015）中的先进值水平。

2015年至2025年，阿克苏酒厂、乌苏酒厂和库尔勒酒厂三家酒厂酿造百升啤酒热耗下降57%，累计减少碳排放约19万吨。目前，乌苏啤酒已实现厂区100%的绿电使用，通过绿色酿造与技术改造并行推进，乌苏啤酒在提升能源利用效率、减少环境影响方面取得积极进展，实现环境效益与经营成效的协同提升。



案例

银川酒厂以智能化改造，驱动能碳双控



宁夏银川酒厂围绕“守护产品风味稳定性、提升绿色生产力”两大目标，持续推进系统性智能化改造，推动传统制造向现代化转型升级，成功入选宁夏“2025年度第一批先进级智能工厂”名单。

在酿造环节，酒厂引入啤酒膜式过滤机，实现啤酒成熟后酵母的精准过滤，有效替代传统硅藻土过滤方式，运行过程不产生任何固体废弃物；同时依托中央控制系统，对糖化到过滤等关键工序实现数字化集中管控，提升过程稳定性与管理效率。在包装环节，灌装设备、智能机械臂与高速纸箱包装机协同完成装箱码垛，带动单日产能提升2%、能耗降低1.5%。

此外，酒厂将节能降耗贯穿生产运营全过程，通过冷凝水余热回收项目和煮沸锅热能回收项目，每年可节约标准煤100余吨，显著提升能源利用效率。自2015年以来，银川酒厂酿造每百升啤酒的二氧化碳排放量减少64%，体现了智能化转型与绿色制造协同推进的综合成效。



宁夏银川酒厂生产线

实现绿电使用

100%

2025年共计使用绿电

164,477.64 MWh

避免碳排放量

87,271.84 吨

相当于植树

379 万棵

或小汽车停开一年

3.21 万辆



2025年能源消耗相关数据

指标	单位	2025年
摄于天然气的能量	MWh	319,940.27
污水处理厂产生的沼气的能量	MWh	2,347.81 ²
区域供热（来自标准供热系统）热量	MWh	85,178.48
总电耗 ³	MWh	164,477.64
总热能消耗 ⁴	MWh	407,653.79
可再生能源百分比	%	100
直接能源消耗量	MWh	328,272.78
间接能源消耗量	MWh	243,671.42
综合能耗消耗量	MWh	571,944.20
综合能耗消耗强度	MWh/万元营收	0.39

² 因2025年统计口径进一步完善，故2025年该数据较2024年增幅较大。

³ 总电耗包含出售给第三方的电力。

⁴ 总热能消耗包含出售给第三方的热能，主要使用的热能包括天然气、沼气、区域供热和热泵用电。

➤ 包装材料使用环节

包装材料使用环节的碳排放占啤酒产品碳足迹的 57%，是全价值链的第一大碳排放源。为降低该环节碳排放，公司积极推动“零包装浪费”目标，并与供应商协同推进包装材料使用环节的减碳措施，具体详见本报告“零包装浪费”章节。

➤ 物流运输环节

酿酒厂、仓库、酒吧、餐饮与零售终端之间的运输环节碳排放占产品碳足迹的 11%。为降低物流运输环节碳排放，公司持续推进物流车队电气化，并以更环保的锂离子电池替代传统铅酸电池，2025 年，酒厂叉车已实现 100% 电气化。同时，我们通过培训强化供应商节能意识，推动物流供应商持续改善运输环节的节能表现。

➤ 冷却储存环节

在啤酒生产过程中，冷却与储存环节产生的碳排放约占产品碳足迹的 9%，是全价值链的第四大碳排放源。公司持续贯彻集团关于“所有新购冰箱必须配备 LED 照明和环保制冷剂”的理念，自 2021 年起，我们实施节能冰柜项目，逐步采购使用不含氟利昂制冷剂的新设备，通过采用环保制冷剂与高效冰柜，推动终端能耗每年降低 10%⁵，并有效减少制冷剂相关温室气体排放。同时，我们对不同品牌与型号冰柜的能耗表现进行评估，优先选用更高效机型以降低单位产品能耗。针对存量设备，我们通过加装能量管理系统开展数据采集、分析与运行优化，从而提升整体用能管理水平，持续降低碳排放。2025 年，我们共采购约 11,083 台节能冰柜。

➤ 运营环节

公司持续强化运营环节的节能减排，将低碳理念融入日常管理 with 员工行为。在员工通勤方面，公司优先与碳排放水平较低的客运服务商合作，持续提升通勤交通的绿色化水平。2025 年，公司新能源客车共 10 辆，有效减少碳排放约 1,036.13 吨。

同时，我们开展“嘉你主意”项目，面向员工征集可行性减碳建议，对优秀建议提供者给予奖金和表彰，以此激发员工的减碳积极性，营造低碳运营的良好氛围。此外，公司旗下乌苏啤酒建立月度绩效奖励机制，面向全体员工征集各类环保金点子并推动落实，鼓励员工积极参与环保创新，并提升员工节能减排意识。

2025 年温室气体排放情况⁶

指标	单位	2025 年
使用天然气排放的二氧化碳	吨二氧化碳	64,819.90
使用污水处理厂产生的沼气所排放的二氧化碳	吨二氧化碳	0.54
区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统）	吨二氧化碳	25,042.47
所用热能产生的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	89,862.91
酒厂总二氧化碳排放量	吨二氧化碳	92,801.49
制冷剂的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	2,938.58
温室气体排放量（范围 1） ⁷	吨二氧化碳	67,759.02

指标	单位	2025 年
温室气体排放量（范围 2） ⁸	吨二氧化碳	25,042.47
温室气体排放总量（范围 1+2）	吨二氧化碳	92,801.49
温室气体排放（范围 1+2）强度	吨二氧化碳 / 万元营收	0.06

⁵ 能源消费有两种形式：一种是一次性直接消费，又称终端消费；另一种是加工转换消费，又称中间消费。终端消费是对中间消费而言，是指能源不用于中间加工转换，而是直接投入到各种加热、动力等设备，用于生产和非生产活动的消费。

⁶ 我们采取“运营控制法”对温室气体排放数据进行统计及换算。

⁷ 范围1 包括直接燃料排放的二氧化碳和制冷剂产生的二氧化碳。

⁸ 范围2 包括间接燃料排放的二氧化碳。

应对气候变化

公司充分认识气候变化带来的严峻挑战及应对工作的紧迫性，持续推进气候相关风险的识别与分析。我们从“治理”、“战略”、“影响、风险和机遇管理”及“指标与目标”四个维度构建气候管理体系，系统性识别气候风险并制定相应的应对措施，务求降低气候变化对公司业务带来的潜在影响，持续提升企业的气候韧性。



治理

公司持续提升气候风险管理能力，搭建以总裁、TTZAB 目标牵头人及 ESG 执行负责人为核心的三级 ESG 管理体系，开展气候风险识别、评估和防控决策。总裁负责公司 ESG 战略方向的领导、决策，其中包含应对气候变化等议题。在总裁的统筹领导下，由供应链副总裁授权 ESG 执行负责人开展具体 ESG 实践，重点围绕气候变化等风险开展识别、评估与应对，并定期进行专项汇报，通过及时审核与检讨推动管理闭环的优化与提升。

影响、风险和机遇管理

我们结合行业特性与自身经营实际，系统开展了气候变化风险识别工作，对运营中的实体风险与转型风险进行全面梳理，形成了包含 2 项实体风险和 4 项转型风险的气候变化风险清单，并评估了这些风险及机遇在短期、中期、长期对公司战略与商业模式的影响。针对不同风险类别，我们已制定相应的转型计划与应对措施，并配置专项资金、人力及技术资源，以推动计划落实、加强过程监督、跟踪年度进展，持续提升企业的气候适应力与韧性。

战略

“应对气候变化”是我们的 ESG 重大性议题之一，我们遵循“共同迈向并超越零目标”ESG 计划，承诺到 2040 年实现全价值链净零排放的气候目标，积极推进 TTZAB 行动计划。

指标与目标

公司每年公开披露 TTZAB 计划的进展以及关键绩效指标。具体指标与目标的达成情况可参见本报告“零碳足迹：我们的目标及进展”“零农业足迹：我们的目标及进展”“零包装浪费：我们的目标及进展”“零水浪费：我们的目标及进展”章节。

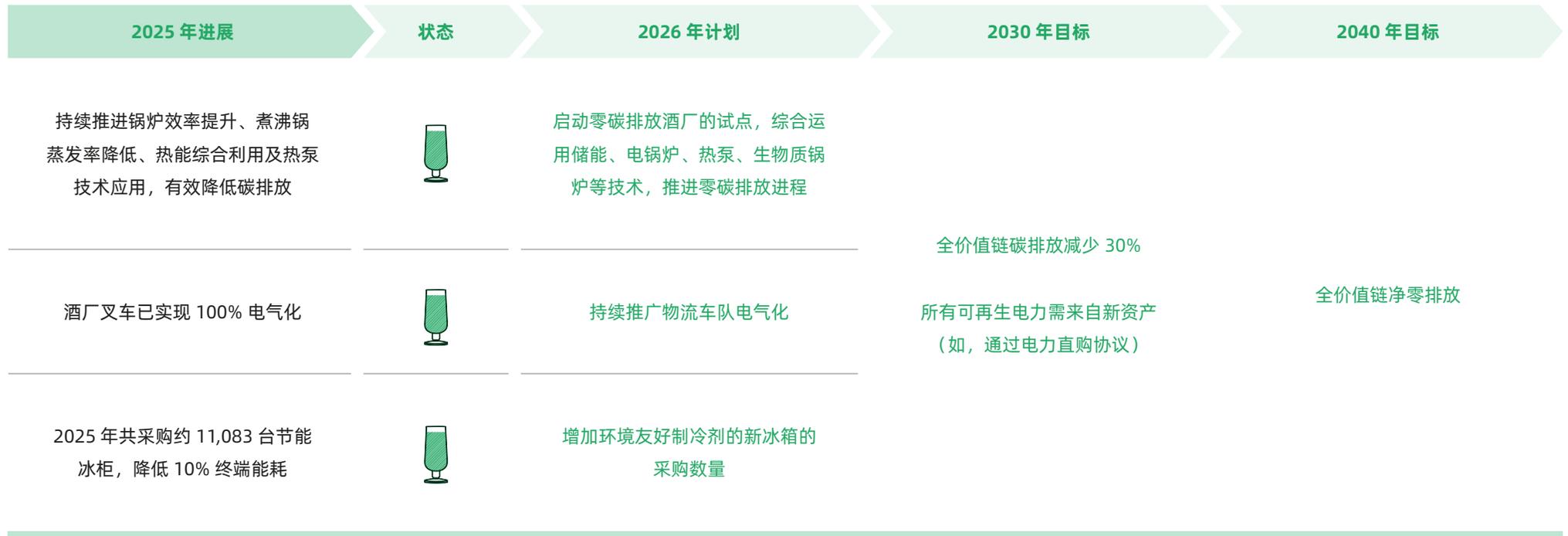


气候变化风险识别及应对

风险类型	风险类别	风险描述及影响	应对措施
实体风险	急性风险	频发的极端天气，如极端高温、极端降雨、台风和洪涝等，可能会导致土壤生产力下降，对农产品种植和收获造成较大影响，造成大麦等啤酒主要原料供应与价格波动；同时，将导致公司生产运营及物流运输中断损失，以及用于维修仓库基础设施费用增加。	<ul style="list-style-type: none"> 常态化检查与预警 — 开展设施常态化检查工作，预防因极端天气所危害设备及人员安全等情况；密切关注天气情况，将预警信息及时通知到各岗位； 制定应急预案 — 针对极端天气制定应急预案，定期开展应急演练，保障应急预案全面落实到位，将极端天气带来的损失降到最低； 厂房及设施设备加固 — 针对酒厂开展防风加固、定期检修。
	慢性风险	气候变化导致的平均升温等慢性风险可能会导致土壤生产力下降，对农产品种植和收获造成较大影响，造成大麦等啤酒主要原料供应与价格波动，可能导致公司营业收入减少。	<ul style="list-style-type: none"> 加强高水风险评估 — 设立“零水浪费”目标，开展高水风险评估项目，严格把控高水风险地区水资源短缺等相关风险； 推广可持续农业 — 探索推广气候友好的再生农业计划，要求供应商获得森林及其他可持续认证，建立原材料管理计划，加强原料本地化采购，保障供应链稳定。
转型风险	政策风险	国际、国内的监管机构、资本市场评级指数等对企业环境相关数据的披露要求不断提升；同时，为配合碳交易的落实，政府对于企业申报碳排放数据准确性的要求提高。若公司未及时按照出台的相关法律法规、政策规定披露相应的环境信息，将面临合规风险。	<ul style="list-style-type: none"> 政策跟踪 — 对绿色低碳相关政策进行持续跟踪，关注全球气候政策趋势，包括碳定价等方面，及时对出台政策进行研究分析，加强与各监管部门及利益相关方沟通，积极回应各利益相关方诉求； 持续推进减排行动 — 在全价值链上采取减碳行动，覆盖原料种植、生产、包装、物流运输配送和冷却储存等环节，通过加大投入清洁能源使用、热能综合利用项目、物流车队、客运车队电气化等措施，以实现2040年全价值链净零排放的总体目标。
	技术风险	支持向低碳、高效经济体系转型的技术改进或创新可能对企业运营产生影响。一方面，企业需关注水资源、能源等使用情况对于企业成本的影响，可能导致合规和营运成本的增加；另一方面，投资或研发新型低碳技术失败将导致财务损失风险。	<ul style="list-style-type: none"> 节能改造 — 优先采购节能设备，实行节能冰柜项目，使用不含氟利昂的制冷剂和节能冰柜。对目前已有设备开展节能改造工程，如维修老旧设备、加强设备保温性等； 提升效率 — 持续开展低碳节能新技术的可行性研究，并试点应用。通过技术改造、改进管理措施等方式提高公司的生产效率，持续跟踪新能源技术的发展情况，并探索废湿酒糟、废酵母液的回收技术，大力发展循环经济。
	市场风险	消费者行为的变化、市场信号的不确定性以及原材料成本的增加造成潜在市场风险。如消费者对低碳/节能产品的需求不断增加，企业却无法及时创新满足消费者需求，可能导致公司营业收入减少。	<ul style="list-style-type: none"> 开发低碳产品/包装 — 开发与研究低碳解决方案，以降低企业运营的碳排放强度，并为客户提供碳足迹较低的产品和包装，并选择更加绿色低碳的供应商； 回应客户期望 — 针对消费者需求，采取相应的应对措施，满足客户的期望，并对客户偏好因素进行考量。
	声誉风险	对企业气候管理的看法的消费者偏好的转变、利益相关者的担忧增加或基于对解决气候相关问题的努力不足（如，未能实现温室气体减排目标）所带来的负面反馈。	<ul style="list-style-type: none"> 合规披露 — 确保成本信息披露的合法、合规性，定期披露措施及成效； 绿色宣传 — 积极应对气候变化，有意识地进行公司低碳形象的宣传，提高企业的绿色信誉度；加强利益相关方沟通，了解、回应其诉求； 风险控制 — 关注因气候变化带来的风险，确保风险可控，避免因风险对企业形象造成负面影响。

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2025 年，公司通过开展节能技改、热泵应用、沼气热能综合利用等措施，逐步推进“零碳足迹目标”落地，计划到 2040 年实现全价值链净零排放。



零农业足迹

啤酒酿造离不开麦芽、水、啤酒花等关键原料，其获取与自然生态状况及农业可持续发展紧密相连。为保护自然环境、降低原料获取对生态系统的潜在影响，公司持续推进可持续农业计划的探索与落地，践行可持续森林与生物多样性保护，并加强可持续原材料的采购、使用与管理。

我们的策略

为强化可持续原材料管理，降低及规避潜在毁林风险，公司严格遵循《中华人民共和国森林法》《中华人民共和国森林法实施条例》等有关法律法规及地方政策要求，落实森林保护相关规定。我们遵循集团《直接材料质量要求》《非接触材料供应商质量要求》等政策，从原材料的法律合规性、证书管理、质量与食品安全机制、可追溯性等方面，对供应商提出明确要求和标准化指引。同时，我们重视原材料的可追溯管理，要求供应商对各产品单元及其相关数据进行清晰标识，并在供应商审核环节对其原材料追溯体系开展审查，确保原材料的可追溯性。报告期内，公司主要材料的可溯源比例达 100%。

同时，我们遵循集团《环境政策》⁹，积极推进生物多样性保护工作，竭力降低公司运营对生态环境的影响。此外，我们加强可持续原材料采购，力争在 2030 年前实现 30% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购，2040 年前实现 100%

的原材料从再生农业和可持续资源中采购，以增强农业生态系统韧性。

我们的行动

公司致力于降低原料种植环节的环境影响与农业碳足迹，保护农业生态系统。我们持续推进可持续农业推广、生物多样性保护与可持续原材料采购管理，以提升资源利用效率，协同带动产业链可持续发展和本地经济价值创造。

可持续农业推广

公司持续深化与原材料供应商、农户等相关方的协同合作，共同探索并推广气候友好型再生农业计划与实践，积极助力可持续农业发展、农村生计改善与社会公平。在严格保障产品品质与生产安全的基础上，我们系统推进绿色原料、工艺、技术及设备的优先应用，构建覆盖产品设计、材料选择、生产制造、市场营销、回收利用及废弃物无害化处置等全生命周期的绿色管理流程，并逐年提高设备综合效率（OEE），降低原材料浸损，提高原材料产出率，促进资源高效利用，实现环境影响最小化。

公司积极推动生产过程中“湿酒糟”“废酵母液”等副产物的资源化回收利用，将其科学应用于土壤改良与畜牧养殖领

域，提升资源循环利用水平的同时，间接减少农业生产过程温室气体排放，进一步降低农业系统碳足迹。2025 年，公司回收利用废湿酒糟共 30.8 万吨，相当于 5.28 万头牛或 36.96 万头羊一年的饲料量。

2025 年，
公司回收利用废湿酒糟共

30.8 万吨

相当于

5.28 万头牛或

36.96 万头羊一年的饲料量



⁹ https://www.carlsberggroup.com/media/salatmjh/carl_2153_policies_environment_v16.pdf



零农业 足迹

佛山三水生产基地联动产业链 协同推进副产物资源化利用

佛山三水生产基地依托本地化原料供应与完善的产业配套服务，大幅提升供应链本地化效率，通过减少原料长距离运输，积极落实公司“零农业足迹”战略目标。

在副产物资源化利用方面，基地充分发挥佛山水都饮料食品产业园的集群优势，采用“企业主导 + 园区协同”的模式，系统推进酿造副产物的资源化循环利用。基地将生产过程中产生的酒糟、酵母等副产物交由专业机构进行资源化处理，转化为饲料原料并重新进入农业与饲料产业链，实现了“变废为宝”。该实践不仅构建了可持续的农业养分循环体系，提升了资源利用效率，减少了废弃物最终处置量，亦为佛山“无废城市”建设提供了可借鉴的产业协同路径。

基地的副产物循环利用实践是将工业生产系统与农业生态系统进行有效链接的成功尝试。它不仅体现了可持续农业“资源—产品—再生资源”的循环理念，亦为降低区域农业环境负荷、促进城乡生态环境保护、推动产业与自然和谐共生提供了现实范本。

生物多样性保护

公司高度重视生态环境与生物多样性保护，在持续推进 ESG 计划与实践进程中，我们携手各利益相关方开展公益生态环保项目、参与生态保护行动，推动企业与自然、社会协同发展。自 2024 年起，公司携手世界自然基金会（WWF）启动“长江流域水回馈项目”，在重庆、云南和江苏三地开展湿地修复与水体净化工作，通过种植水生植物、引入本地鱼类等方式，提升湿地生态系统多样性。其中，在重庆三清湿地公园项目中，公司联合梁平区湿地保护中心在生物沟内栽种超过 20 种具高净水功能的水生植物，岸坡补植 10 余种本土观赏植被，并科学投放白鲢、鳊鱼等鱼类，有效提升湿地生物多样性、优化群落结构，显著增强水体自净能力与生态韧性。2025 年 5 月，相关工作已全部完成，增强湿地的生态服务功能的同时，亦为周边区域提供了更稳定的生态环境。湿地保护具体内容详见“零水浪费”章节。

可持续原材料采购管理

公司积极践行可持续及本地化的原材料采购策略，持续推进农业原料的本土化进程。我们不断深化与国内优质供应商的合作，优先选择酒厂周边的原材料供应商（包括大麦、大米等），并通过签订长期合作协议支持本地种植，推动本土啤酒花种植产业发展，稳步提升关键原材料的本地化采购比例。同时，我们推进本地化采购可缩短原材料运输距离，减少运输燃料使用，有效降低原材料运输环节的环境影响，并增强区域农业产业链协同与韧性，为公司实现“零农业足迹”的长期目标奠定坚实基础。2025 年，公司主要辅料实现 100% 本地采购，啤酒花和麦芽产品本地化采购比例分别

提升至 55% 和 35%。玻璃瓶、纸箱、纸盒、收缩膜及易拉罐等包材亦实现 100% 本地化采购。未来，我们将持续提升本地化采购水平，进一步降低远程运输带来的碳排放。

此外，公司对纸箱原纸材料来源提出明确要求，纸箱供应商所用原纸材料需获得森林管理委员会（Forest Stewardship Council, FSC）或森林认证体系认可计划（Program for the Endorsement of Forest Certification Schemes, PEFC）认证或可持续林业倡议体系（Sustainable Forestry Initiative, SFI）等相关森林认证或同等的相关认证，以强化负责任采购并最大限度保护森林资源。目前，公司主要纸箱供应商均已通过 ISO 14001 环境管理体系认证，多个供应商已取得 FSC 认证。

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2025 年，公司通过持续开展生物多样性保护项目、推进原材料本地化采购进程等方式，逐步推动“零农业足迹”目标落地，计划到 2040 年达成 100% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购。

实现本土化采购

主要辅料

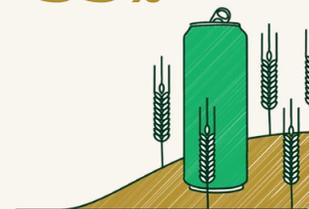
100%

麦芽产品

35%

啤酒花

55%



2025 年进展

状态

2026 年计划

2030 年目标

2040 年目标

与 WWF 合作，在重庆、云南和江苏三地开展湿地修复与水源净化工作，联合梁平区湿地保护中心在生物沟内栽种超过 20 种具高净水功能的水生植物，岸坡补植 10 余种本土观赏植被，提升湿地生态系统多样性



持续开展生物多样性保护项目

100% 主要辅料、55% 的啤酒花，以及 35% 的麦芽产品实现本地化采购



持续提升国产原料采购比例，减少远程运输产生的碳排放

30% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购

100% 的原材料从再生农业和可持续资源中采购



完成



完成 50%



未完成

零包装浪费

在全球资源约束加剧、环境保护理念不断深化的背景下，包装减量与循环利用已成为企业推动可持续发展的重要课题。我们持续推进可持续包装实践，通过包装设计、提升材料循环利用水平等举措，减少包装浪费与环境污染。

我们的策略

公司积极推动创新协作，将可持续包装理念融入包材研发与应用环节中，推动包装向绿色环保、轻量化方向升级。我们严格遵循集团《环境政策》，并与合作伙伴协同推进包装减量与循环利用，持续降低包装材料消耗；明确要求所有新型包装在上市前完成生命周期评估（LCA）或同等环境评估，识别并降低其潜在环境影响。同时，公司坚持通过绿色设计、包装轻量化与回收利用等举措，全力推动“零包装浪费”目标的实现，即到 2030 年实现包装材料 100% 可回收、可再利用、可再生；啤酒瓶与易拉罐的收集与回收率达到 90%；原生化石基塑料的使用量减少 50%；啤酒瓶与易拉罐中再生成分的使用比例达到 50%。

我们的行动

公司持续推动包装环节绿色转型，通过绿色包装设计、轻量化及循环回收利用、优化包材结构等举措，提升产品包

装利用率。我们通过月度报告对包材损耗率相关 KPI 进行持续监测与评估，有效降低包装材料消耗与资源浪费，减少环境影响；同时提高回瓶率及包装物回收率，促进资源循环利用，助力可持续发展目标实现。

绿色包装设计

公司积极将绿色设计理念融入产品包装管理，在塑料箱、玻璃瓶、托盘、桶啤、隔板、顶框、易拉罐、铝瓶及拉环盖等各类包装的选型与应用中，广泛采用可重复利用或可降解材料。

针对啤酒产品包装选材，公司主要采用具备重量轻、体积小、回收率高等特性的铝制二片罐，其生产环节的能源消耗显著低于传统玻璃瓶包装。因此，我们持续提升产品罐化率，逐步扩大罐装产品的市场占比。2025 年，产品罐化率较 2024 年提升 2.4%，有效降低包材消耗水平。同时，公司将可回收材料制成的吨包装袋用于农产品原料外包装，降低包装废弃物污染；并以散装运输替代一次性塑料编织袋运输麦芽、玉米淀粉等原料，提升运输效率，减少包装材料使用。相较于 2024 年，本年度公司进一步减少塑料编织袋使用约 17 万个，减少塑料用量约 17 吨，进而减少碳排放约 50 吨。

此外，公司对易拉罐包装结构进行优化，调整罐盖拉环色彩组合，并将大部分易拉罐升级为拉环与罐身一体式环保盖设

计，以增强可回收性。嘉士伯特醇系列产品则采用摇篮到摇篮（Cradle to Cradle）环保油墨标签，该标签以环保安全、可循环原料制成，生产过程使用可再生能源、落实水资源管理，全流程遵循社会公平原则。2025 年，该类环保油墨标签的使用量约为 4.9 亿张。

2025 年，摇篮到摇篮（Cradle to Cradle）
环保油墨标签的使用量约为

4.9 亿张





零包装 浪费

包材变废为宝 循环经济新探索

公司将包装材料的规范化管理与资源化利用视为发展循环经济、构建绿色包装体系的重要环节，系统推进涵盖回收、再生与循环利用的全链条管理。我们全面回收玻璃渣、可回收玻璃瓶、塑料托盘、塑箱、隔板及桶啤等包装材料，并将生产过程中产生的铝材边角料进行回炉再生，用于再生易拉罐制成，实现循环使用。2025年，公司累计回收废纸箱20,927.19吨。

在玻璃包装循环方面，生产过程中产生的碎玻璃经统一收集后，全部交由专业回收商及既有玻璃瓶供应商进行回炉处理。碎玻璃作为优质再生原料，回熔后不仅能保障新玻璃瓶的产品质量稳定，还可显著降低生产能耗，并减少对石英砂、纯碱等原生矿产资源的需求。此举从源头降低了资源消耗与环境负荷，系统性提升了玻璃包装的全生命周期循环效率。2025年，佛山酒厂实施玻璃渣自动回收项目，进一步提升了碎玻璃回收效率与规范化管理水平，促进资源化利用。本年度，公司累计回收碎玻璃3万吨，减少碳排放约2.39万吨。同时，回收碎玻璃亦可减少玻璃废弃物进入填埋处置环节，有效缓解固体废弃物处理压力。

包装轻量化

公司持续推进包装减量与轻量化，优先采购轻量和再生材料的玻璃瓶，以及使用不含 PVC 材料的标签，并持续优化多类包装设计，减少材料消耗与资源浪费。2025 年，公司针对瓦楞纸箱、缠绕膜、收缩膜及玻璃瓶等重点包材实施轻量化专项行动，取得显著成效。

瓦楞纸箱减重

公司推进瓦楞纸箱面纸减重，将面纸减重 30g，预计年度可节约用纸约 3,800 吨。其中，瓦楞纸箱减重项目第二阶段共有 9 家酒厂于 2024 年完成测试，在 2025 年正式切换，本年度减少用纸量约 2,300 吨。

缠绕膜减薄

公司自 2023 年启动缠绕膜减薄 5 微米的轻量化项目，已在多家酒厂逐步实施。截至 2025 年，除 5 家酒厂的膜包产品外，其余酒厂均已经完成测试并成功切换，本年度节约 236 吨塑料膜。

收缩膜减薄

公司于 2024 年启动罐类产品收缩膜减薄 10 微米的优化项目，大理酒厂已率先完成切换。2025 年，4 家酒厂相继完成项目落地，本年度节约 100 吨塑料膜。

玻璃瓶减重

公司实施新疆乌苏 620ml 玻璃瓶减重项目，单瓶减重 20g，2025 年减少玻璃使用量 1,900 吨。

易拉罐减薄

自 2025 年 6 月起，公司部分酒厂陆续完成易拉罐减薄项目并投入应用。截至 2025 年底，中国区铝材用量共计减少 350 吨。

包装循环及回收

公司持续推进包装回收与循环利用管理，通过优化包装组合、规范回收处置流程、提升可回收包装废弃物的高效回用，降低包装材料对环境的影响。此外，公司坚持开展回瓶项目，优化回瓶网络布局，推动经销商扩大回收覆盖范围，提升回瓶管理成效。2025 年，回瓶率较 2022 年提升 4.3%，可回收包装物累计节约金额约 750 万元。

2025 年，
回瓶率较 2022 年提升

4.3%

可回收包装物
累计节约金额约

750 万元

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2025 年，公司通过绿色包装设计、包装轻量化和包装循环及回收等措施，不断提升回瓶率和包装回收效率，持续减少资源浪费和环境污染，逐步推进到 2030 年达成“零包装浪费”目标。

2025 年进展	状态	2026 年计划	2030 年目标
共计回收碎玻璃 3 万吨		进一步完善碎玻璃回收管理体系	
回瓶率相较于 2022 年提升 4.3%		扩大回瓶覆盖范围，提升整体回瓶率	100% 包装可回收、可再利用、可再生
我们重点对于瓦楞纸箱、缠绕膜、收缩膜及玻璃瓶等开展包装轻量化专项行动并取得积极进展		继续加强包装轻量化项目	啤酒瓶和易拉罐的收集回收率提升到 90%
通过散装运输替代一次性塑料编织袋，相较于 2024 年，本年度公司进一步减少塑料编织袋使用约 17 万个，减少塑料用量约 17 吨，进而减少碳排放约 50 吨		持续减少包装使用，减少远程运输产生的碳排放	减少 50% 原生化石基塑料使用 啤酒瓶和易拉罐使用 50% 再生成分



完成



完成 50%



未完成

零水浪费

水资源是啤酒酿造的核心要素，更是维系生态系统稳定的关键支撑。公司深刻认识到，优质水源不仅决定产品品质与酿造传承，更直接影响流域生态平衡与社区可持续发展。我们始终将水资源管理与保护作为核心要务，通过将水资源保护与高效利用深度融入日常运营，持续推动工艺优化与精细化管理，着力提升水循环利用效率，减少用水损耗，并加强高水风险地区的水效改善与水回馈实践。

我们的策略

公司聚焦水资源合理、高效利用，并将其作为运营管理重点，在总裁领导下，供应链副总裁负责水管理战略和绩效。我们搭建专业的水资源管理团队，依托数据化监测与用水流程优化，结合节水技术应用，持续降低生产环节用水消耗。通过完善管理机制并推进全过程管控，公司用水效率稳步提升。我们致力于实现 2030 年“零水浪费”的整体目标，即公司范围内水耗达到 2.0 hl/hl，高水风险地区啤酒厂的水耗达到 1.7 hl/hl，以及高水风险地区啤酒厂实现 100% 水回馈，全面增强水资源韧性与生态可持续性。

我们的行动

公司深刻认识到水资源管理对企业运营和生态环境的核心价值，系统构建从风险防控、效率提升到生态回馈的全过程管

理举措，包括开展水资源风险评估、实施节水技术改造、推动水回馈项目等，促进用水效率提升与水环境保护协同发展。

加强水资源风险管理

在全球水资源分布不均、区域用水压力差异加剧的背景下，公司严格遵守《中华人民共和国水法》等水资源保护法律法规，不断完善水资源管理体系，定期开展水资源风险评估，识别水资源短缺风险及其影响，配套制定差异化的预防措施与过程监测机制，切实保障供水安全与长期稳定。同时，公司高度关注水资源紧缺区域，强化水资源风险管理，并与当地社区协同，通过参与水权交易、推进节水控水等方式，对位于高水风险地区¹⁰的酒厂实施重点管控，有效提升水风险应对能力，增强水资源管理韧性。2025 年，针对已识别的中国 7 个高水风险地区，公司已在其中 6 家酒厂投运中水回用项目，位于高水风险区的酒厂年平均加权单位水耗为 1.98 hl/hl。

2025 年水资源消耗情况

年度	单位水耗 (hl/hl)
2025	2.03

¹⁰ 2020 年集团与世界自然基金会开展水风险评估工作，识别出 7 个高水风险地区酒厂：乌鲁木齐酒厂，天目湖酒厂，银川酒厂，昆明酒厂，大竹林酒厂，乌苏酒厂，库尔勒酒厂。

推进节水项目

公司将节水理念全面融入包括酿造、包装等关键环节在内的全过程管理，通过将节水目标逐级分解至各生产层级，系统性推进中水回用、优化清洗工艺、应用智能化水管理系统等节水措施的实施，持续提升水资源利用效率。同时，公司每年对生产设备开展定期检修维护与升级改造，保障设备处于高效运行状态，降低不必要的用水损耗，致力于以节约、集约、有效的水资源利用，助力经济社会高质量与可持续发展。

此外，我们运用 Loss cost tree 工具，对标嘉士伯集团标杆酒厂，分析其水耗关键行动指标 (KAI)，挖掘中国区酒厂的潜在优化机会，并借助精益生产工具识别水耗良好实践，在其他酒厂内推广应用。

本年度，公司实现单位水耗 2.03 hl/hl，较 2024 年单位水耗下降 2.87%，对比 2024 年，年节水量 22.20 万吨。围绕 2030 年公司范围内水耗达到 2.0 hl/hl 的目标，目前已有 7 家酒厂率先达成；其中重庆大竹林酒厂水耗已降至 1.70 hl/hl，提前实现高水风险地区酒厂水耗 2030 年降至 1.7 hl/hl 的目标，充分彰显公司水资源可持续管理的成效与承诺。



5 家节水型企业 乌苏啤酒占两席

2025 年，公司旗下的伊宁酒厂、库尔勒酒厂凭借系统性节水实践，荣获新疆维吾尔自治区工业和信息化厅颁发的“自治区工业领域节水型企业”称号。本年度，新疆仅新增 5 家节水型企业，乌苏啤酒占两席。

新疆伊宁酒厂、库尔勒酒厂持续完善节水管理制度体系，通过工艺优化、设备改造、节水培训、宣传教育及激励机制相结合的方式，持续提升员工节水意识，推动节水工作常态化、制度化，全面提升水资源管理能力。

伊宁酒厂通过回收水处理工艺排水，并回用到厂区绿化，升级改造洗瓶机清水喷淋系统、加装管网机械稳定器等举措，持续降低用水消耗及提升水回用水平，进一步提高用水效率与运营韧性。

库尔勒酒厂通过开展水平衡测试，系统分析用水状况，及时排查并修复管网漏损，杜绝“跑、冒、滴、漏”现象，减少水资源浪费。同时，库尔勒酒厂完成污水处理站中水回用系统升级改造，实现年节水 2.3 万立方米，推动水资源使用效率与运营成本实现协同提升。目前，两家酒厂年度节水型生活器具普及率与绿化节水灌溉率均达到 100%。



提高水资源循环利用效率

水资源循环利用水平是提升用水效率、促进水资源可持续利用的重要体现。公司在各酒厂加快推进水资源回用实践，推动中水回用系统建设与运行，将中水、再生水用于厂区绿化、冲厕及设备冷却补水等环节，在降低新鲜水取用的同时减少废水外排，提升水资源重复利用效率。2025 年，中水回用系统已在乌鲁木齐、乌苏、伊宁、银川、大竹林、梁平、昆明及库尔勒等酒厂投入使用。本年度，公司中水回用总量为 20.12 万吨。

案例

银川酒厂精益用水管理



为提升水资源利用效率、降低生产用水强度，银川酒厂构建了从“水源头”到“水龙头”的全流程监管体系，实施全链路节水管理。酒厂聚焦清洗环节与回用系统，通过优化清洗工艺、升级中水回收与处理系统等举措，显著提升中水回用水平与用水管理效能。自 2015 年以来，银川酒厂酿造每百升啤酒的水耗下降 43.6%，显著体现了酒厂的节水成效。



宁夏银川酒厂

案例

乌鲁木齐酒厂推进水资源循环利用



乌鲁木齐酒厂通过实施“中水回用”项目，对生产废水进行深度处理并使其达到回用标准。处理后的中水已用于生产区域冲厕用水、绿化用水及部分生产冷却设备的补充用水。项目投运后，中水系统产水能力提升至 150 吨 / 天，年节水约 3 万吨。

同时，酒厂建立激励机制，鼓励员工积极参与节水工作、提报节水金点子，推动形成全员共建的节水文化氛围。



乌鲁木齐酒厂生产场景

保护和补充自然水源

公司深刻认识到，河流流域生态系统的稳定与健康是区域经济社会可持续发展的关键基础。我们持续关注运营地河流流域生态状况，携手政府、社区等利益相关方开展公益环保项目，共同改善流域生态环境，为区域生态安全与可持续发展贡献力量。

案例

长江流域水回馈项目建设完成，修复和新增湿地面积超 3 万平方米



自 2024 年起，公司与世界自然基金会（WWF）联合开展“中国长江流域水回馈项目”，在重庆、云南和江苏三地支持湿地修复与水体净化，探索水资源管理与生物多样性保护协同的实践路径。项目以生态修复与水质改善为重点，采用近自然方式实现目标酒厂生产过程中消耗的水资源“等量回馈”，推动 2030 年前在高水风险地区酒厂 100% 水回馈的目标实现，助力流域生态安全与区域可持续发展。

项目使用国际水回馈量评估标准，并与 WWF、Limnotech 等机构合作，确保全过程的科学性和可量化性。同时，公司联动地方政府、社区与环保组织，采用覆盖设计、实施、监测与维护的全生命周期管理，保障湿地系统稳定运行与持续生态效益。2025 年，项目累计实现水回馈量约 121.42 万立方米，修复和新增湿地面积超过 30,600 平方米，相当于 4 个标准足球场。



梁平三清湿地

2025 年水资源相关数据

指标	单位	2025 年
自备井水	立方米	302,434.00
城市自来水用量	立方米	5,266,005.19
地表水	立方米	355,013.81
总取水量	立方米	5,923,453.00
酒厂总耗水量	立方米	5,825,527.88
总耗水强度	立方米 / 万元营收	3.96



2025 年公司获得多项节水荣誉

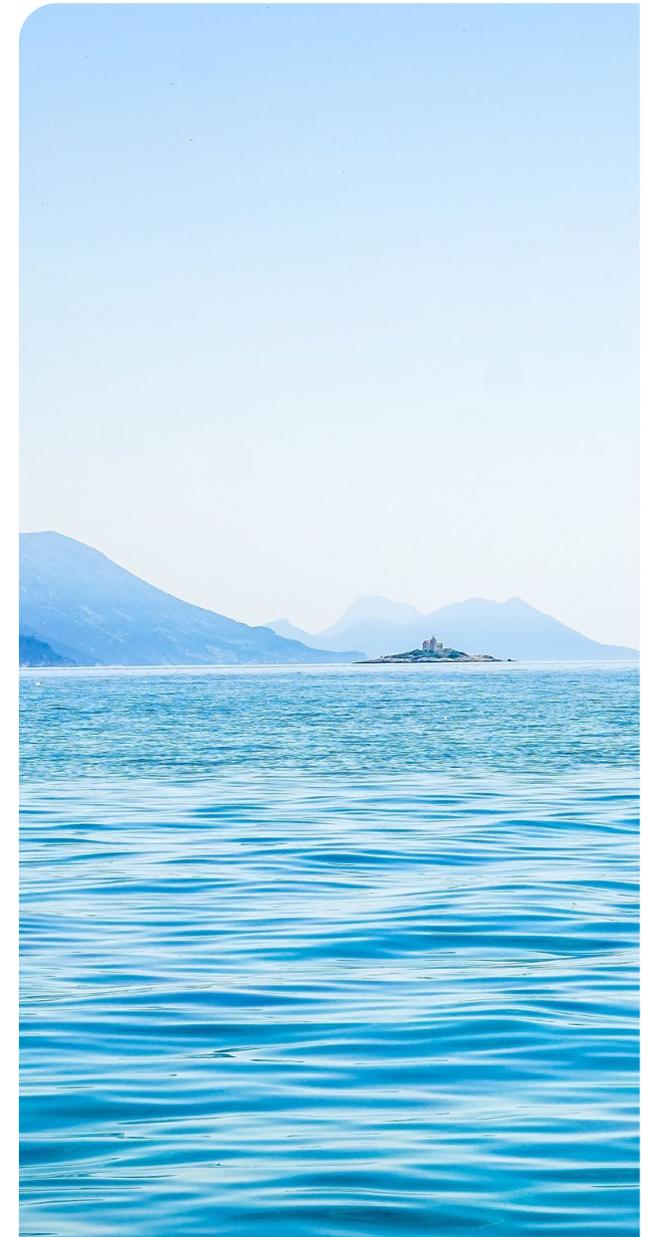
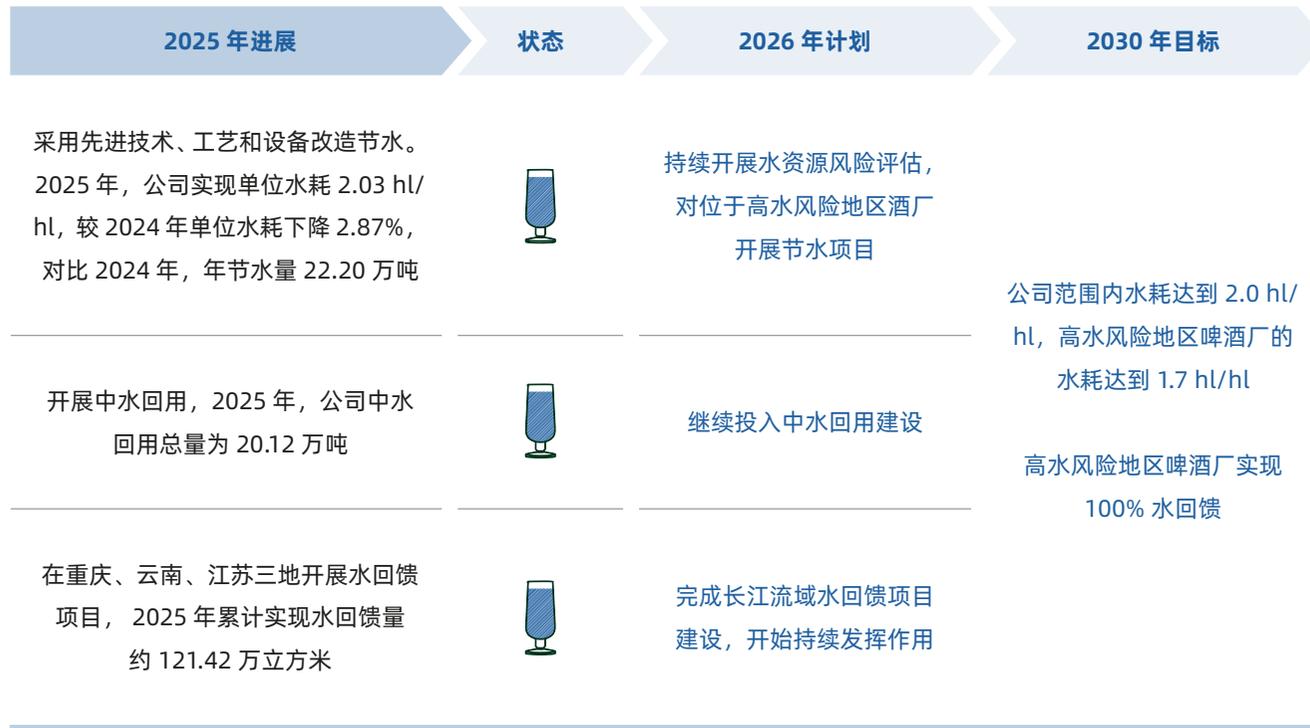
惠州酒厂获得
“2025 年广东节水十大典型案例”

伊宁酒厂获得
“2025 年自治区工业领域节水型企业”

库尔勒酒厂获得
“2025 年自治区工业领域节水型企业”

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2025 年，公司通过持续推进节水项目落地、应用创新节水技术、优化升级生产设备与工艺流程，以及开展水源保护与生态修复等举措，助力 2030 年“零水浪费”目标达成。



零非理性饮酒

随着社会健康意识的普遍提升，消费者日益重视饮食健康与理性消费，对酒类饮品的需求也逐渐趋向低醇化、品质化与责任化。作为行业领先企业，公司始终强调“零非理性饮酒”目标，不断创新无醇、低醇产品，以健康化选择响应多元化消费需求，并围绕“拒绝酒驾”“预防未成年人饮酒”与“适量饮酒”三大重点，系统性开展教育与宣传活动，致力于提升消费者对科学饮酒的认知，树立理性消费观念，共同构建文明、健康、和谐的消费环境。

我们的策略

理性饮酒是公司长期推进的责任议题，公司积极推广适量理性的饮酒文化，倡导健康、品质的生活方式。我们严格遵循集团的《市场沟通政策》¹¹，全面落实负责任营销规范，结合自身品牌定位与渠道特点，围绕未成年人饮酒保护、拒绝酒驾和适量饮酒等重点议题，通过多种形式参与理性饮酒倡导，将理性饮酒理念融入消费者高频接触的不同消费场景。

为持续推进理性饮酒文化建设，公司已明确设定“零非理性饮酒”目标，并承诺于 2030 年前达成以下具体行动：通过包装和品牌活动实现 100% 理性饮酒信息覆盖，在 100% 的市场建立理性饮酒的合作伙伴关系，在 100% 市场推出无醇啤酒，并将低醇或无醇产品（ABV¹² ≤ 3.5%）占比提升至 35%。

我们的行动

公司持续向员工与公众倡导理性饮酒与安全驾驶等负责任行为，积极推出无醇、低糖产品，同时深化负责任营销实践，推广理性饮酒理念，倡导健康生活方式，致力于为消费者创造更美好的生活体验。

倡导负责任行为

为切实保障员工与公众的健康与安全，我们不仅从内部着手，积极倡导员工树立适度、文明的饮酒观念，更面向公众持续开展安全驾驶引导，致力于与社会各界共同营造理性饮酒、安全出行的文明共识。

倡导员工理性饮酒

为持续深化内部理性饮酒文化，我们在《员工手册》中明确规定，所有总部员工须遵守理性饮酒准则，严禁工作期间饮酒。理性饮酒理念被纳入员工行为准则，与安全管理、健康管理等内容共同构成内部治理的一部分。

引导安全驾驶

我们着眼于推动形成安全出行的社会共识，严格杜绝酒后驾驶行为，积极引导公众养成理性、文明的驾驶习惯。近年来，公司持续在太湖湾音乐节、西夏星空音乐节、乌苏啤酒音乐节等各类活动平台，设置理性饮酒互动打卡点，围绕“酒后不开车”主题开展相关宣传，并通过装置、问答、互动区等形式强调安全驾驶，不断提升公众的安全驾驶意识，助力营造文明、负责任的交通文化环境。



¹¹ <https://www.carlsberggroup.com/media/bsaampg0/carlsberg-marketing-communications-code-2025-v6.pdf>

¹² Alcohol by volume 的缩写，指酒中含乙醇的体积百分比。

提供无醇、低醇产品

为满足消费者对健康与产品多样化的需求，公司持续加强在无醇、低醇啤酒领域的研发与创新，逐步扩展产品矩阵，将理性饮酒理念前移至产品规划阶段。

我们已量产并销售的无醇和低醇产品如下：

公司无醇 / 低醇产品矩阵

名称	酒精度	类型	产地
怡乐仙地柠檬味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	昆明华狮
风花雪月柠檬味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	昆明华狮
风花雪月桃花味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	昆明华狮
风花雪月青提味低醇啤酒	0.6-1.5%vol	低醇啤酒	昆明华狮



负责任营销

公司始终坚持负责任营销原则，对产品标签与标识内容实施规范管理，系统开展责任营销培训，确保营销行为合法合规，通过提供真实、清晰的产品信息保障消费者权益，积极营造可持续的行业生态与消费环境。

成分信息管理

我们严格遵守《市场沟通政策》，确保所有产品标签如实标注成分、保质期、酒精度数、产品标准与等级等信息，保障内容真实、准确，为消费者提供科学决策依据。

明确标识提示

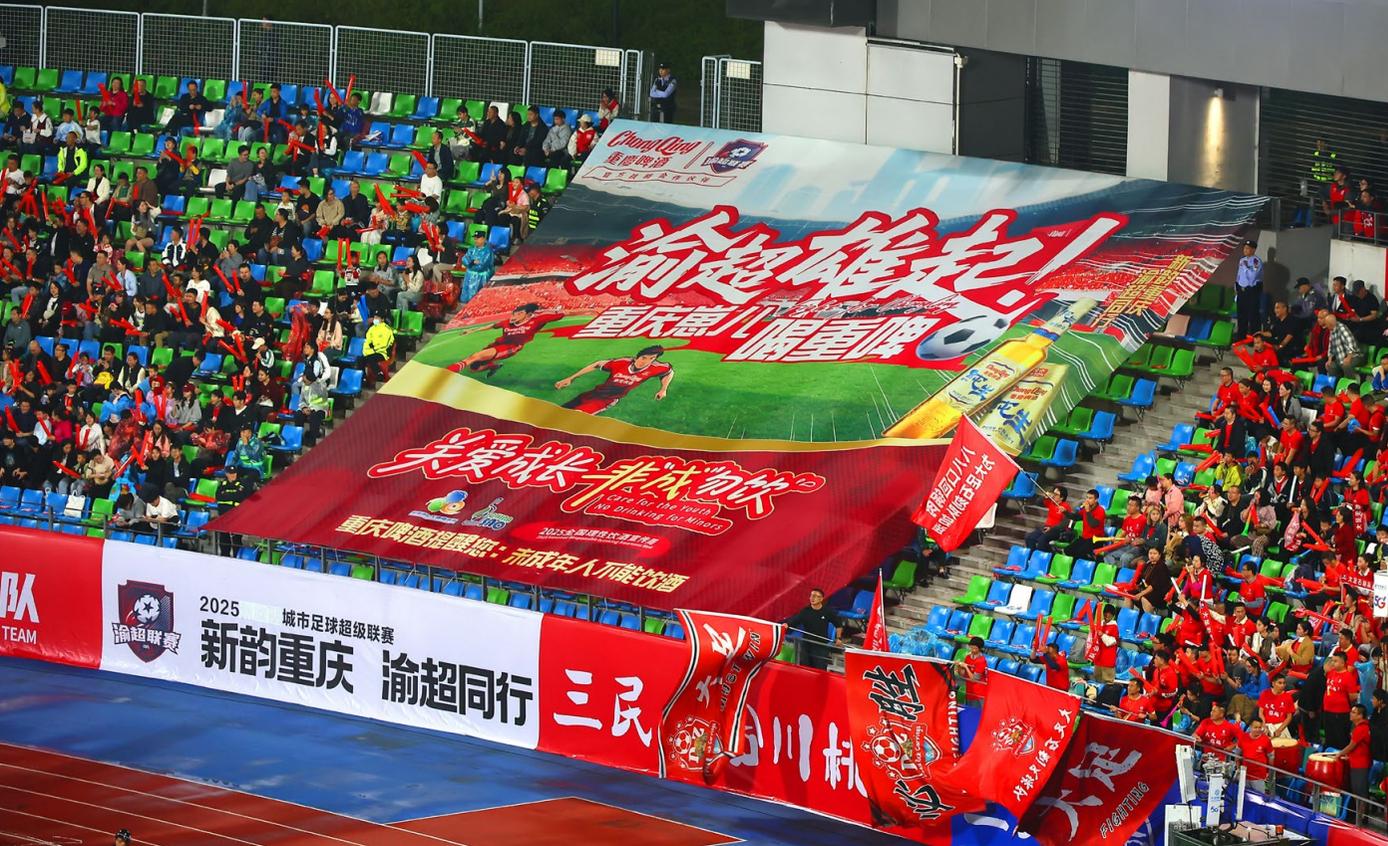
我们在所有产品上明确标注“过量饮酒，有害健康”的标识及字句，并持续完善产品标识体系，在 100% 酒精产品上标注“孕妇请勿饮酒”“未成年人禁止饮酒”“酒后请勿驾车”等标识，及在线上销售平台的产品详情页中同步增加理性饮酒提示，主动给予潜在风险提示，时刻引导消费者养成理性消费的观念。

负责任营销培训

公司持续规范内部责任营销行为，明确规定所有营销相关岗位员工入职时必须完成《市场沟通政策》培训，并每年开展复训与考核，确保其全面掌握公司对于负责任营销的规范要求。此外，我们也将《市场沟通政策》纳入经销商及市场部供应商的合作协议中，明确其在市场活动中须严格遵循理性饮酒倡议。

理性饮酒宣传

为深入推动健康、理性饮酒文化的构建，我们积极举办啤酒节、音乐节等丰富多样的活动，通过设置“理性饮酒”打卡点、放置创新告示牌、组织趣味游戏等多元化方式，向公众和消费者传递健康、理性饮酒理念。同时，我们积极在餐饮终端开展理性饮酒宣传，通过海报展示和消费者互动方式，将理性饮酒倡导深度融入消费场景，提升大众理性饮酒的意识，助力啤酒行业稳定、可持续发展。



零非理性 饮酒

十年理性饮酒行动 全方位引领负责任消费

全国理性饮酒宣传周是由中国酒业协会发起的行业公益项目，自2015年起，已围绕“拒绝酒驾”“预防未成年人饮酒”和“适量饮酒”三大主题连续十年开展理性饮酒宣传活动。宣传周的理念和重庆啤酒的可持续发展计划高度契合，重庆啤酒也是最早深度参与的企业之一，利用全渠道推广促进活动落地。十年间，整体活动覆盖城市扩展到563个，覆盖人群扩大至5亿人次，发展为全民行动。

今年是重庆啤酒第十年参与宣传周活动，充分利用线上线下全平台，结合自身渠道与场景优势，将理性饮酒理念融入到现场观众和公众日常体验中。

线上传播方面，我们邀请嘉士伯、1664、乐堡啤酒、乌苏啤酒、重庆啤酒、风花雪月啤酒、大理啤酒等品牌的10位代言人，共同录制并发布理性饮酒倡议视频，借助公众人物的影响力传递责任声音。同时，我们在淘宝、京东、抖音、美团、饿了么等主流平台的啤酒产品搜索与浏览页面展示理性饮酒提示信息，使提醒出现在消费决策的前端。据统计，此类线上广告投放总曝光量超过200万次。

在线下互动方面，公司结合体育赛事和餐饮场景开展理性饮酒宣传。在重庆市足球城市联赛（“渝超”）期间，于合川体育中心观众席悬挂15米理性饮酒横幅；在乌鲁木齐国际马拉松赛事中同步开展理性饮酒宣传。在餐饮终端，公司于31家餐厅开展互动活动，直接触达消费者。此外，公司组织了大理酒厂开放日活动，邀请160名退役军人参与参观体验，在互动交流中传递理性饮酒理念，进一步扩大公益宣传影响力。



我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2025 年，公司进一步加强对无醇、低醇类产品的研发创新，持续优化理性饮酒相关标签标识，并积极参与全国理性饮酒宣传周系列活动，多措并举支持公司在 2030 年实现“零非理性饮酒”的战略目标。

2025 年进展	状态	2026 年计划行动	2030 年目标
100% 包装含有理性饮酒的 3 大警示标识		继续推进理性饮酒信息 全覆盖	通过包装和品牌活动实现 100% 理性饮酒信息覆盖
与中国酒业协会合作，参与全国理性 饮酒宣传周，积极传播理性饮酒理念		在市场中持续推广和开展 理性饮酒宣传合作	100% 的市场都建立了合作伙 伴关系，以支持理性饮酒
已推出 4 款低醇产品		持续研发和推出无醇 / 低醇产品	产品组合中 35% 是低醇或无 醇啤酒 (ABV ≤ 3.5%)



完成

完成
50%

未完成



零事故文化

保障员工健康与安全是企业实现可持续发展的根本前提，也是我们经营过程中不可逾越的核心底线。我们以“零事故文化”为引领，在所有运营环节中严格遵循国家安全生产法律法规，全面落实安全管理流程与规范，致力于为员工营造安全、健康、舒适的工作环境。

我们的策略

公司始终将员工及相关方的健康安全置于首要位置，在总裁的直接领导下，由供应链副总裁统筹健康安全战略与绩效管理，持续完善职业健康安全管理体系统。我们严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等法规及嘉士伯集团《健康和安全管理政策》¹³，制定了包括《环境健康安全政策》在内的 63 项管理制度与流程，并设定 2030 年公司实现零损失工亡事故的目标。

我们的行动

我们将员工安全健康融入日常运营的每个环节，通过系统化的安全生产管理体系建设和职业健康安全保护措施，不断夯实职场安全基础，确保工作环境的安全与舒适，致力于打造零事故的工作场所，为员工提供全面的健康保障。

¹³ https://www.carlsberggroup.com/media/ruedvqf5/carl_2153_policies_health-safety-_v12-47.pdf

¹⁴ 详见2024年ESG报告第41页。

安全生产

公司持续构建系统、科学的安全管理体系，通过持续完善职业健康安全评估机制，实现对安全管理水平的常态化监测与提升。我们积极推进安全生产实践落地，不断优化应急响应流程，同时提高全员安全意识和实操能力，将安全生产文化深度融入企业日常运营，为构建更加稳健、高效的安全生产环境提供全方位支撑。2025 年，公司安全生产投入总金额达 2,215.60 万元。

2025 年，公司安全生产投入总金额达

2,215.60 万元

安全评估体系

公司严格遵循 COM (Carlsberg Operation Manual) 标准，2025 年进一步更新升级 SHAPE (Safety and Health Assessment Program Excellence) 评估体系¹⁴，构建更为完善的健康、安全与环境管理体系。2025 年，公司实现 SHAPE 体系审核 100% 覆盖。

公司建立系统性职业安全风险评估与管控机制，覆盖所有岗位和作业活动，并定期进行动态回顾与更新。针对识别出的各类职业安全风险，公司实施分级、分类管控策略。对 11 类高风险作业严格执行工作许可制度，将交通、高空作业、危险能源隔离、机械防护及有限空间进入等 5 项核心风险纳入《安全红线条例》，实行强制管理；其余如化学品暴露、人机工程学隐患、割伤、滑倒绊倒等风险，则通过制定专项管理程序，持续推进风险消减与长期管控。

2025 年 SHAPE 评估体系更新升级

- MOC 变更管理**
 新增氨制冷、CO₂、粉尘处理、天然气锅炉、污水尾气处理系统的变更要求。
- 危化品管理升级**
 依据集团新标更新管理要求，明确储罐硬件配置（原“化学品管理”）。
- 系统设备合规**
 明确特种设备、固定式有毒气体探头管理要求。
- 防跌倒 / 坠落**
 结合新标强化风险评估与安全行走行为管理。
- 多程序条款更新**
 修订文件控制、手持工具、起重吊装、氨 / 水 / 能源使用、碳排放（原“温室气体”）等条款。

我们持续推进公司旗下酒厂安全管理体系认证工作，并对 100% 酒厂开展每年一次的内部安全审查及三年一次的外部安全审查工作。截至报告期末，公司旗下所有酒厂均顺利通过了 ISO 45001 换证或监督审核，乌苏啤酒取得安全生产标准化三级证书。



安全表现与员工绩效挂钩

为系统推进“零事故文化”建设，公司将领导示范与全员参与紧密结合，明确将“零损失工时事故”作为各级管理人员的核心绩效指标之一，并纳入各业务单元总经理的年度 KPI 考核体系中，切实将安全责任融入管理职责。同时，在销售与供应链等年度大奖评选中，零事故表现成为参评的基本门槛，进一步强化业务与安全目标的一体化导向，落实安全责任制，强化管理人员的安全责任意识。

公司对安全事故瞒报行为坚持“零容忍”原则，即使是对未造成实际损失的险肇事故，也严格按照要求开展根本原因调查，并落实相应的风险控制与预防措施，确保各类风险得到有效消除和闭环管理。

在激励与约束机制方面，公司建立健康安全专项奖惩制度，对遵守安全规范、主动报告隐患的行为予以奖励，并将安全观察报告率与个人、团队激励挂钩，鼓励员工主动关注作业环境与同事行为安全。2025 年，主管级以上高质量行为安全沟通次数大于 6 次每人每年。

安全生产实践

为全面落实“零事故文化”目标，公司持续完善安全管理体系，通过一系列扎实举措，不断提升本质安全水平，为员工营造更加安全、健康的工作环境。





安全生产相关举措



劳保用品规范管理

公司建立完善的劳动防护用品管理制度，为相关岗位员工足额配备符合国家标准的劳保用品。在各岗位及区域出入口设置醒目标识，明确个人防护用品的佩戴要求，并定期对员工佩戴情况进行监督检查。同时，公司将劳保用品的正确使用纳入年度安全培训体系，通过持续的教育与实践演练，确保各项职业健康安全防护措施有效落实，切实保障员工作业安全。



系统性安全生产检查

公司高度重视各酒厂的安全生产环境管理，严格执行安全标准，扎实推动日常安全巡逻与隐患整改工作。依托集团线上系统 SPRINT 发布的健康安全要求，我们定期开展安全标准自评，精准识别薄弱环节并落实改进。2025 年，SPRINT 系统所列集团安全优先事项完成率达 100%，覆盖所有酒厂、物流及行政销售单元，包括嘉士伯红线条例、承包商管理、事故汇报与管理、工作许可及临时员工管理等在内的关键标准符合率均达到 100%。为进一步强化现场风险管控，公司持续推动管理层深入一线开展安全巡查。2025 年，公司主管级人员完成现场安全巡线共计 150,153 人次。



厂内交通安全提升

针对物流区域，即风险集中、事故发生率与严重程度较高的重点区域，公司积极推行“交通三区划分”先进理念，将厂区科学细分为行人禁行区、车辆禁行区及人车共存区，通过最大限度压缩人车交汇区域，并结合时空隔离措施与人车主动防御技术，从源头消除交通安全隐患。目前，公司在中国境内的所有酒厂物流区域已全面实施此项交通三区管理方案，显著提升区域人车交互安全水平。



安全培训体系构建

为系统化提升员工安全技能与应急能力，公司创新打造集理论与实操于一体的 EHS 学院培训平台。该体系对传统安全教育进行升级，深度融合 VR 安全场景模拟、登高坠落防护、有限空间作业等沉浸式实操教学，通过场景化、互动化的学习模式，强化员工的风险辨识与应对能力，是公司深化安全文化建设、实现“零事故”目标的核心举措之一。

案例 澧县酒厂交通改造，实现人车分离

澧县酒厂积极响应集团安全管理要求，以降低厂区人车交汇风险、提升员工安全水平为核心目标，对原办公区域停车场布局实施了系统性优化。2025年4月，酒厂协同政府相关部门，启动停车场外迁工程，将原有位于行政楼前的停车区域整体迁移至厂区后侧独立地块，并通过设置物理围栏实现与生产区域的有效隔离，同时规划独立人行通道，确保员工通勤动线与车辆行驶路径完全分离。该项目已于6月顺利竣工并投入使用，实现停车场与作业区域100%隔离，员工动线与车辆路线100%分离，全面符合集团“三区划分”安全管理规范，显著提升了厂区整体安全水平。



改造前

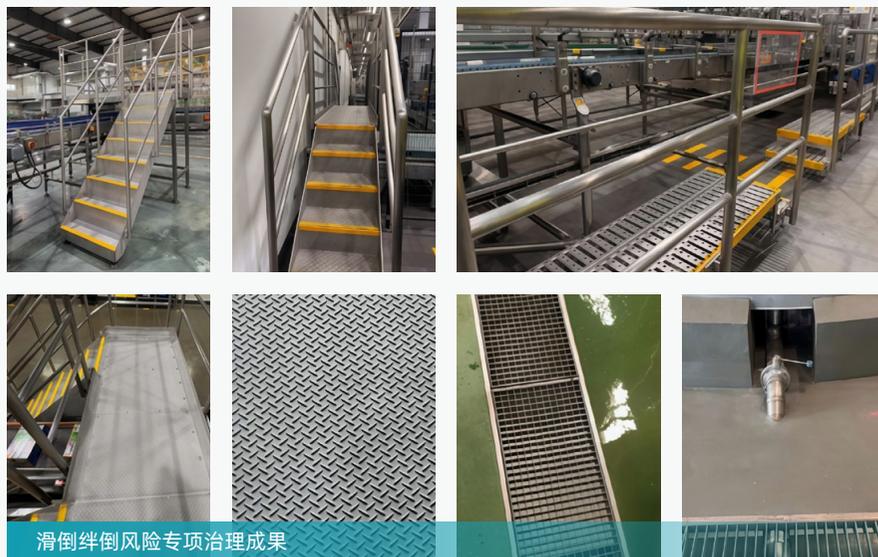


改造后



案例 专项开展滑倒绊倒风险治理，营造安全工作环境

2025年，公司针对角度超过45度的扶梯、潮湿环境下不防滑的花纹板、地沟光滑的不锈钢方管和面板，以及酿造区域地面管道等存在滑倒、绊倒风险的重点点位，开展了专项安全整改。整改措施包括更换防滑材质、加装防护栏杆、实施管道覆盖封闭等。通过系统治理，相关基础设施的滑倒、绊倒风险已实现100%消除，员工安全意识和现场安全行为也得到持续提升。



滑倒绊倒风险专项治理成果



案例

安徽酒厂成立 EHS 学院，优化安全培训体系

2025 年 5 月 22 日，在天长市应急管理局指导下，嘉士伯啤酒（安徽）有限公司 EHS（环境健康安全）学院揭牌。该学院历经半年多筹建，标志着酒厂在安全管理与员工培训领域迈进新阶段。安徽酒厂将以 EHS 学院为平台，持续推进员工赋能和安全文化建设，助力实现“零事故文化”愿景。



EHS 学院揭牌仪式



2025 年亮点绩效

- 8 家酒厂 **超过 10 年无损失工时事故**
- 17 家酒厂 **超过 5 年无损失工时事故**
- 23 家酒厂 **超过 3 年无损失工时事故**
- 全国 27 家酒厂 **连续两年零损失工时事故**
- 与 2018 年相比，包含供应链与销售行政所有员工与承包商在内的 **损失工时事故数下降 94%**
- 1 业务单元非供应链 **超过 3 年没有发生损失工时事故**
- 4 业务单元非供应链 **超过 2 年没有发生损失工时事故**



2025 年获得荣誉

重庆啤酒荣获 2025 年嘉士伯集团
“最佳安全奖”
与嘉士伯亚洲“最佳安全奖”

阿克苏酒厂荣获 2025 年嘉士伯集团
“最佳安全工厂奖”



健全安全应急处理机制

公司高度重视应急管理体系的系统化建设，致力于提升突发事件的响应速度与处置效能。公司围绕工伤事件建立了从预防、响应到改进的闭环管理机制，通过强化项目工作安全分析 (JSA) 和工作许可 (PTW) 的编制与执行质量，夯实作业风险前端管控基础。同时，我们定期组织应急演练与专项培训，增强员工在事故发生时的现场处置与自救互救能力，确保工伤事件发生后能够迅速启动应急流程，最大限度保障员工安全。

在事后管理环节，公司坚持“每案必析”原则，深入开展事故原因调查与分析，从管理机制、作业流程、人员意识等多维度识别改进点，并据此制定针对性的职业健康安全管理优化方案，推动源头治理和体系完善，切实防止同类安全事故重复发生。

➤ 安全意识培训

公司高度重视全员安全文化建设，致力于系统性提升员工安全意识、风险防控与应急处置能力。我们依据国家法规与各岗位风险特性，建立覆盖危险废弃物管理、化学品储存、机械防护等 28 门核心课程的安全生产培训体系，并持续推进培训标准化与数字化管理。

公司注重内部培训力量的培养，2025 年共有 302 名经理及

主管工程师获得课程培训师认证，137 人完成防御性驾驶实操培训师（TTT）认证，强化高风险作业领域的培训力量。全年围绕安全红线条例及高风险作业要求，在商务与供应链体系开展焦点培训 10 次，覆盖供应链相关员工 4,380 人、销售与市场人员 2,880 人、促销员 1,884 人。同时，供应链相关部门通过 28 门课程矩阵开展安全培训与复训，累计达 57,909 人次，并对培训效果与教学过程进行系统验证。

为全面提升现场应急响应能力，公司持续优化各酒厂医疗应急响应流程（MERP），在所有酒厂及主要行政办公区域配备自动体外除颤器（AED），并联合美国心脏救援协会开展急救员认证培训，进一步增强员工在心脏骤停等紧急情况下的自救互救能力，构建“预防—响应—救护”三位一体的健康安全保障机制。

案例

联合红十字会开展急救培训，提升应急处置能力



2025 年，天目湖酒厂联合溧阳市红十字会开展急救技能专项培训，系统涵盖心肺复苏（CPR）、自动体外除颤器（AED）操作、海姆立克急救法及创伤救护四项核心内容，有效提升员工应急处置能力。



红十字会急救培训现场

案例

开展安全演练，铸就零事故文化

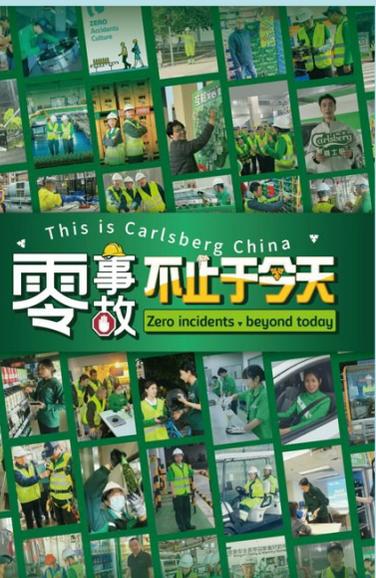


公司将应急演练作为提升安全管理能力的关键举措。公司连续多年坚持开展涵盖氨泄漏、有限空间、消防应急等场景的专项演练，实现全员覆盖，持续推动员工安全意识从“要我安全”向“我要安全”转变。

未来，公司将持续以演练为抓手，持续优化应急预案、完善救援设施配置，推动应急响应从“演”到“练”的实质性转变，逐步构建全员互相关心、彼此依赖的安全共同体。



安全演练



零事故文化

深化零事故文化 实现工厂 0 事故安全里程碑

公司将“零事故”视为对每一位员工最基本的承诺，持续推进安全文化建设。作为公司安全文化深化的重要节点，我们将每年的 12 月 12 日作为安全文化深化的重要节点，已连续 15 年开展全员安全日活动。公司建立了智能化监控体系和闭环管理机制，把安全表现纳入管理考核的责任体系，将安全责任感层层落实。

2025 年，重庆啤酒旗下全部 27 家工厂实现全年零损工事故，8 家工厂已持续安全运营超 10 年，阿克苏工厂更是保持安全运营记录超过 13 年，荣获“2025 嘉士伯集团最佳安全工厂奖”。重庆啤酒凭借在安全管理方面的系统实践与突出成效，荣获“2025 嘉士伯集团最佳安全奖”及“嘉士伯集团亚洲区最佳安全奖”。

我们鼓励每位员工从自身做起，让安全成为自然的行为习惯。如今，“零事故”已从目标内化为全员共同的行为准则。在每日工作中，员工主动开展安全观察与隐患上报，真正让安全融入决策与行动。安全之路没有终点，重庆啤酒将持续深化以人为本的零事故文化，守护每一位伙伴，十五年持续实践，践行公司对员工健康与安全的长期承诺。零事故，不止于今天。



职业健康安全

公司始终将员工及承包商的职业健康安全置于核心位置，通过系统化的管理体系和持续改进机制，全面提升职业健康安全绩效，致力于为所有工作人员营造安全、健康的工作环境。

➤ 全员健康监护与体检保障

公司针对不同岗位的职业暴露风险类型，明确各岗位需接受的职业健康检查项目，并为涉及职业病危害因素的员工提供覆盖岗前、岗中、转岗及离岗的全周期职业健康体检。公司为所有员工提供入职体检和年度福利体检，2025 年员工健康体检覆盖率达 100%。公司定期按岗位作业风险回顾并更新安全防护用品配置矩阵，确保按需发放、正确使用，并通过职业健康安全管理程序保障员工 100% 经过健康适岗评估，全面符合国家法规要求。

➤ 职业危害监测与源头治理

公司持续强化对工作场所职业病危害因素的动态监测与量化评估，系统识别高危害性的岗位及相关风险因素，制定针对性的工程控制与个体防护措施。我们通过建立“监测 - 预警 - 干预”闭环机制，有效预防职业病的发生，逐步降低职业危害风险。

➤ 健康培训与能力建设

公司面向员工开展丰富的健康培训，内容涵盖急救技能、安全基础知识、季节性疾病预防、职业相关肌肉骨骼疾病防控

及身体保养等，并结合实战化演练提升员工健康自护能力。2025 年，公司进一步将心理健康、高温防护等内容纳入培训体系，助力员工树立健康意识，推动健康生活方式的普及。本年度，员工职业健康安全培训覆盖率达 100%。

本年度，员工职业健康安全培训覆盖率达

100%

➤ 承包商安全协同管理

公司将承包商职业健康安全纳入统一管理体系，通过承包商 EHS 评估问卷以及绩效评估表等工具，聚焦承包商 EHS 方面的资质、体系、管理措施等方面进行全面调查。针对长期合作承包商或已完成重点项目者，公司每年至少开展一次健康安全表现评估，并围绕人员资质、工具设备、个体防护等方面设定入场标准，持续提升承包商与公司 EHS 要求的协同效率。

➤ 安全事故应对与体系改进

我们持续完善安全事故应对机制与管理体系，强化安全风险防范。2025 年，包含员工和承包商在内的损失工时事故数下降至 1 起，较 2018 年降低 94%。针对本年度发生的 1 起

安全事故，公司立即启动专项调查，组织开展主题沟通培训，并对相关流程进行优化，进一步提升安全水平，巩固安全生产长效机制。

2025 年安全事故情况

指标	单位	2025 年数据
员工损失工时事故数	起	1
员工工亡事故数	起	0
承包商损失工时事故数	起	0
承包商工亡事故数	起	0

2025 年安全投入情况

指标	单位	2025 年数据
工伤保险投入金额	万元	547.27
工伤保险人员覆盖率	%	100
安全生产责任险投入金额	万元	92.4
安全生产责任险人员覆盖率	%	100

我们的目标及进展

公司制定体系化的目标追踪及改善机制，监测目标进展并采取专项改善行动。2025 年，公司通过强化安全生产，落实职业健康安全保障措施，推动安全生产文化建设，助力 2030 年公司实现零损失工时事故目标的达成。

2025 年进展	状态	2026 年计划	2030 年目标
公司旗下酒厂均已获得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证		持续完善职业健康与安全管理体系，定期开展内部及外部审计认证	
全国共计 302 名经理及主管工程师已参与到 EHS 培训课程中		实现全员高质量完成安全培训	
全国酒厂主管级现场安全巡线次数达 150,153 人次			实现零损失工时事故 持续消除安全风险隐患
2025 年，包含员工和承包商在内的损失工时事故数下降至 1 起，较 2018 年降低 94%		为员工配备安全防护用具，持续升级安全设施设备	

 完成
  完成 50%
  未完成





重点关注领域

公司坚持以绿色运营为导向，在持续为消费者提供高品质产品与服务的同时，营造多元、平等与包容的工作环境，支持员工发挥专业能力与价值创造。我们积极与合作伙伴深化协同，推动共创共享、互利发展。此外，我们持续完善合规治理，保障管理运作规范、独立与有效，积极履行企业社会责任，助力社会可持续发展。

排放管理	50	负责任采购	68
产品与服务	54	社区参与	69
多元、平等与包容	60	合规管理	74

排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国噪声污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，依法合规管理各类污染物排放。我们全面贯彻适用于管理层、员工、承包商、访客及外部工作场所相关人员和机构的《环境政策》，承诺持续提升环境管理绩效。结合公司战略、愿景及相关目标，我们通过内部宣贯推动政策要求切实落地，并持续维护经认证的环境管理体系，以预防并控制经营活动对环境的潜在影响。

公司持续完善废气、废水及固废处理流程，减少废气、废水、废弃物及噪声对周边环境的影响。我们定期开展环境影响风险评估、形成报告，并基于评估结果，制定《环境合规》《能源水源消耗与减少》等 13 项内部管理程序，强化环境影响管控。

同时，我们制定《突发环境事件应急预案》，明确应急组织指挥体系与职责、预防与预警机制、应急响应及处置、善后管理等要求，并对环境应急资源开展调查，形成报告并给予改进建议，提高环境应急预案质量和应急能力。此外，公司定期开展突发环境事件应急演练，结合演练与实际情况优化应急预案，持续增强环境风险应对能力。

2025 年，公司设定了环境管理 100% 合规的目标，并内部通过环境符合率 (ECR) 审核管理。本年度，公司已完成环境合规目标，未发生因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任的事件，未发生突发重大环境事件，未出现超标排放情况。旗下酒厂均通过 ISO 14001 环境管理体系认证。

2025 年，本公司

未发生

任何因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任事故

未发生

突发重大环境事件

未出现

超标排放情况

旗下酒厂

100%

获得 ISO 14001 环境管理标准体系认证



获得 ISO 14001 环境管理体系认证证书



获得 ISO 50001 能源管理体系证书

废水管理

公司在推进“零水浪费”目标的基础上，持续强化废水管理，严格遵循《中华人民共和国水污染防治法》《啤酒工业污染物排放标准》等相关法规标准要求，对污水处理实施全过程管控。我们与专业第三方机构协作，各酒厂配备运行稳定的污水处理设施，并安装在线自动监测装置，对关键排放指标进行实时监控，确保废水稳定达标排放。2025 年，公司废水排放达标率 100%。

同时，公司持续深化中水回用项目，通过深度处理进一步降低废水中的 COD、异味及悬浮物等污染物水平，提升再生水水质并减少污染负荷。此外，公司将污水输送至污水处理厂协同处理与利用，不仅实现废水资源化利用，亦降低酒厂的污水处理能耗，达成酒厂与污水处理厂协同增效。截至 2025 年，公司已在 8 家酒厂落地啤酒废水资源化利用项目。

2025 年废水排放物种类及相关排放数据

种类	单位	2025 年数据
氨氮	吨	19.74
总磷	吨	4.00
悬浮物	吨	53.96
每百升产品产生原污水的 COD	千克 / 百升	0.31
每百升产品产生的污水排放量	百升 / 百升	0.97
原污水的平均 COD	克 / 立方米	3,252.40
污水总排放量	立方米	2,775,533.99

案例

啤酒废水资源化——澧县酒厂治水新路径



澧县酒厂长期致力于水资源高效利用，持续探索啤酒废水资源化利用模式。2025 年，酒厂与湖南省常德市澧县污水处理厂签署合作协议，将实施厌氧预处理后的啤酒生产制程废水接入污水管网集中处理，并转化为污水处理厂的优质碳源，助力区域绿色生产与资源循环。

啤酒生产过程中产生的废水富含麦芽汁、酵母残留等有机物，其化学需氧量（COD）浓度常达 3,000-5,000mg/L，处理难度远高于普通工业废水。为提升治理效能，酒厂组建专项团队，在三个月内与属地部门及污水处理厂开展 23 次技术对接，最终形成“厌氧预处理 + 管网输送”的实施方案。新增厌氧装置后，啤酒生产产生的废水中 80% 以上的可降解有机物被转化为可回收甲烷，剩余富含碳元素的废水进入市政系统，作为市政污水处理的优质碳源，实现了产业链的协同减排。



澧县酒厂

废弃物管理

公司严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等废弃物相关法律法规，各酒厂同步落实运营所在地废弃物管理与垃圾分类要求，从源头减量入手，严控不规范丢弃及不受控处置行为，并持续完善废弃物分类收集、储存与处置流程。

针对无害废弃物，公司严格执行分类管理，按规定定点、定期回收清运，最大化回收再生资源；针对危险废弃物，公司系统梳理收集范围，按类别规范进行清理、收集与转运，统一暂存于危废仓库中，达到一定量后委托具备资质的第三方合规处

置，同时建立危废产生及转移处置台账，实现全过程可追溯管理。2025 年，公司采用危险废弃物集装箱，进一步提升危废储存与转运的规范化水平。本年度，公司危险废弃物合规合法处置率 100%。

报告期内，酒厂生产过程中产生的废纸箱、废托盘、废塑箱、废编织袋、废胶桶等废弃物 100% 交由本地具备资质的第三方回收商回收再利用，在促进循环利用、减少填埋 / 焚烧对环境造成影响的同时，助力所在地社区的中小回收商发展。

2025 年废弃物排放情况

种类	单位	2025 年数据
有害废弃物排放总量	吨	91.25
有害废弃物排放密度	吨 / 万元营收	0.0001
无害废弃物排放总量	吨	107,491.80
无害废弃物排放密度	吨 / 万元营收	0.07

案例

佛山三水生产基地以“无废”创新，酿造绿色发展新范式

佛山三水生产基地以覆盖全链条的无废管理模式，成为佛山市“无废工厂”建设的标杆，为“无废城市”建设贡献了可复制的实践经验。佛山酒厂将“无废”理念贯穿于厂区规划、建设与运营的全流程，通过建筑与生产系统的智能化协同，实现资源高效利用，从源头减少废弃物产生。

为确保废弃物管理体系有效运行，酒厂构建了覆盖员工全周期的环保培训体系。新员工入职即接受固废分类、危废合规处置及环保规范等岗前培训，后续通过年度复训、专项培训与现场演练相结合的方式，持续强化全员的环保意识与操作技能，推动废弃物管理要求从制度层面转化为日常行为习惯，保障“无废”实践的稳定运行与持续优化。



佛山三水生产基地

废气管理

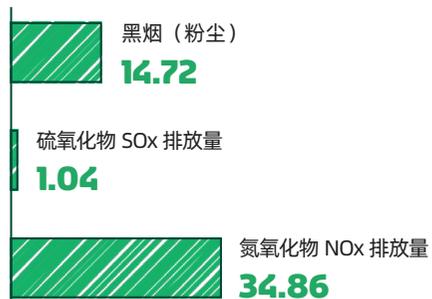
公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等废气管理相关法律法规要求，确保各项废气排放符合国家及地方标准。我们对污水站有组织排放的臭气实施规范收集与处置，确保废气稳定达标处理，持续提升废气管理水平。2025年，公司废气排放达标率 100%。此外，我们积极探索生产过程的废气的回收与再利用，通过资源化利用实现减排增效。以乌苏啤酒为例，酒厂对发酵过程中产生的二氧化碳进行收集、净化并回用于生产，经测算年回收二氧化碳约 5,930 吨，实现对工艺废气的有效回收利用。

噪声管理

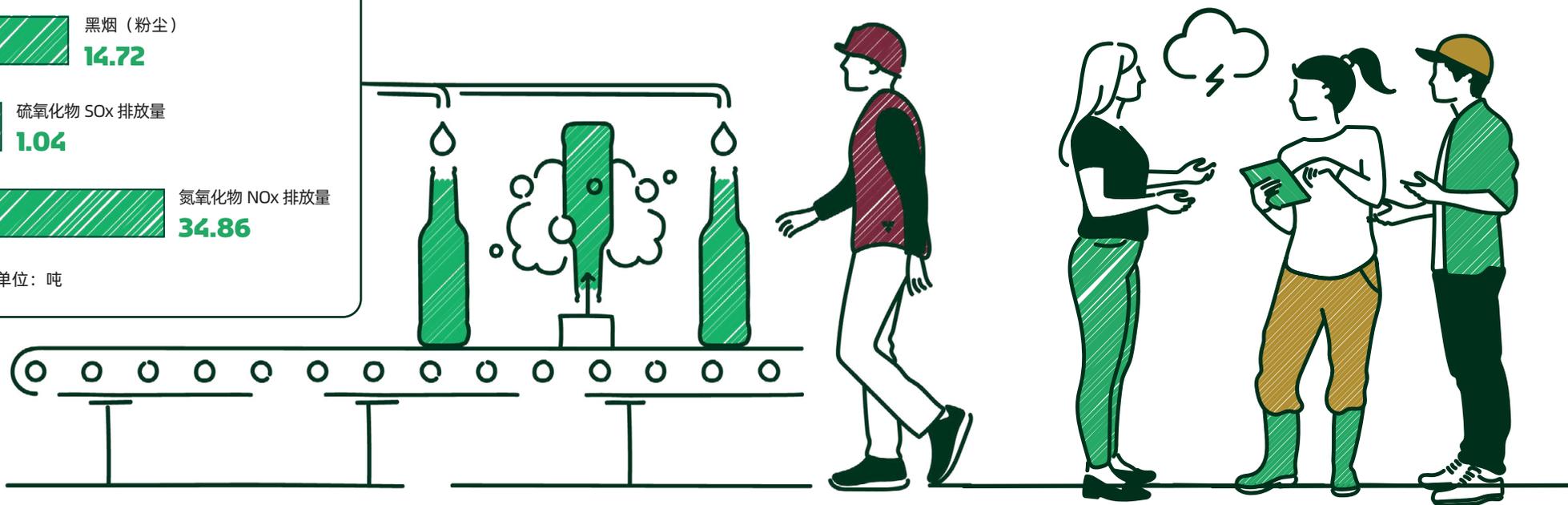
公司严格遵循《中华人民共和国噪声污染防治法》等相关法律法规要求，制定并落实《噪声控制与听力保护程序》等内部制度。围绕噪声治理“源头控制、过程管控、人员防护”的管理思路，公司持续强化噪声污染防治工作，通过定期开展厂界噪声监测、推进设备改造与维护、完善隔声隔离等防护措施，降低噪声对员工健康及周边社区的潜在影响。同时，公司针对包装环节开展降噪专项研究，梳理噪声产生与传播路径，制定并实施针对性治理方案，从关键噪声源入手提升整体噪音控制效果。



2025 年废气排放物种类及相关排放数据



单位：吨





产品与服务

公司始终将产品品质与客户服务置于核心战略地位，致力于通过体系化质量管理和持续服务优化，为消费者提供安全可靠的高品质产品。我们以客户需求为导向，不断健全质量管控机制，完善客户反馈与响应流程，夯实品牌信任基础，为客户创造长期价值。

产品质量保障

公司建立系统化质量管理框架，以《质量 COM 手册》为基础规范，整合 FSSC 22000 食品安全体系认证与 HACCP 体系的管理要求，制定并实施《质量管理手册》《工厂质量监测计划》及《生产线自检要求 & 啤酒检验规程 SOP》等制

度文件，为产品质量控制提供标准化依据。我们要求旗下酒厂严格执行年度质量 COM 符合性审核，确保持续符合内部规范与外部标准。2018 至 2025 年间，公司及旗下酒厂均顺利通过年度质量 COM 符合性审核。截至报告期末，公司及旗下酒厂均已获得 ISO 9001 质量管理体系认证和 HACCP 认证。

同时，我们构建了覆盖产品生产、存储、物流、销售及售后各环节的全流程质量管理体系，明确关键控制点及监测要求。各酒厂已建立产品质量安全追溯管理流程，实现产品从原料进厂至产品出货的全过程可追溯，每年至少进行一次追溯演练，以验证追溯体系的有效性。



质量与安全体系认证证书

开展产品检测

公司始终将产品质量视为企业发展的基石，遵循“高标准、全过程、可追溯”的质量管理原则，建立了完善的质量保障体系。我们严格执行《啤酒检验规程标准作业程序》，在各生产环节设置自检要求，对原辅料、生产过程及成品实施全方位监控，确保产品从原料到成品的每个环节都符合高品质标准。

公司坚持“零缺陷”质量管理理念，以“为消费者提供安全、优质产品体验”为目标，构建全链条质量保障体系。我们持续强化内部质量检测与外部验证相结合的双重保障机制，建立起覆盖理化、包化、微生物等风险点的酒厂质量监测计划，并通过中心检测室对各生产工厂产品实施季度抽样检测，筑牢内部质量防线。

在此基础上，我们从原料采购到产品出厂设置全方位质量控制点，实现全流程风险管控；同时参照国际先进标准，制定严于国家标准的内控体系，确保产品质量的稳定性和一致性，通过“机制保障—过程控制—标准支撑”的闭环管理，系统性提升质量管控效能，夯实产品安全与品质根基。

2025 年亮点绩效

2025 年，
中心检测室对 25 个生产工厂的啤酒
产品进行了季度抽样，共抽检

96 批次

产品执行标准合格率达到

100%

2025 年，
25 个生产工厂共完成产品外送检测

1,225 批次

并接受监管机构现场抽样

48 批次

所有抽检产品执行标准合格率均保持

100%

2025 年，
25 家酒厂共抽样检验

114,580 支

实现了每个生产批次的全面覆盖，
抽样检验合格率达到

100%



组织口味品评

公司始终将风味的稳定性与独特性视为产品质量的核心要素，通过建立专业、系统的感官品评机制，确保产品风味稳定并持续满足消费者期望。我们设立由资深品评师组成的公司级品评中心，统筹全国各酒厂产品的月度感官评估工作，依托国际通行的啤酒感官质量评估标准，构建覆盖原料、半成品至成品的全流程风味监测体系。

2025 年，品评中心组织有资质的品评师，按月对 25 家酒厂生产的产品进行系统性口味品评，全年累计完成 599 个啤酒样品的评估，可放行率达 100%。

口味品评指标及表现

指标名称	年度结果	含义说明
5.0 可放行率	100%	所有被测样品均符合公司基础风味标准
6.0 SAT 满意率	99.3%	在更严格的内控标准下，绝大多数产品获得“满意”及以上评价
中国区样品平均品评得分	7.22	产品风味的整体优越性和稳定性优秀

案例 牵头共建品评人才培养体系，推动行业品质标准持续提升

在 2025 年第八届全国级啤酒评酒委员换届选拔中，我们作为支持单位选派了 76 名品评员参与选拔，创下历届企业参选人数最高纪录。通过连续三年与协会合作举办培训，公司累计培养了超两百名品评人才，为行业输送了高素质专业人才。我们亦通过持续的技术投入与贯穿全链条的品质闭环管理，巩固了公司在国内外啤酒市场的品质领先地位。



2025 年第八届全国级啤酒评酒委员换届选拔

产品召回机制

公司已建立系统化的《产品召回（撤回）管理程序》，明确各级召回情形下的启动标准、指挥流程与应对机制，确保在出现产品质量风险时能够迅速响应、有效控制。我们要求所有酒厂每年度至少开展一次产品召回模拟演练，通过模拟不同风险场景，检验追溯效率、沟通机制和应急协作能力，持续优化召回流程的可行性与执行效率。2025 年，公司产品质量管理体系运行稳定，未发生因食品安全或质量缺陷而产品召回的事件。

案例

开展产品召回管理程序及演练，防范质量风险

公司通过组织专项会议正式启动产品召回演练，并制定了明确的执行计划。演练过程中依托 ERP 系统实现了对产品流向的全程追踪，同时组织专人现场核实和清点待召回产品。最终，相关产品全部安全运返酒厂，成功完成了从启动、追踪、回收到处置的全流程闭环管理。



召回演练启动会议



通过 ERP 追查产品去向



模拟现场清点并扣留召回产品

➤ 产品质量培训

公司将质量安全文化培育纳入企业发展的核心战略，通过构建覆盖全员、全岗位的差异化培训体系，将产品质量安全理念深度融入员工入职、岗前及在岗培训的各个环节，确保每一位员工均具备履行岗位质量安全职责的意识和能力。

对酒厂质量管理人员，我们重点开展 FSSC 22000 食品安全管理体系认证标准培训，强化其食品安全审核与体系维护能力，确保管理体系持续符合全球食品安全倡议（GFSI）认可的标准要求；对生产岗位员工，我们定期组织围绕质量和食品安全体系、质量 COM 合规、过程质量控制等主题的岗位培训，夯实一线操作人员的规范执行能力。

在酒厂层面，各酒厂质量部门定期组织开展质量和食品安全体系、嘉士伯质量 COM 要求及过程质量控制等相关培训，确保质量安全管理要求贯穿至生产各环节。

在供应商层面，为确保核心供应商的产品质量持续满足公司严苛标准，公司对重大质量影响供应商实施周期性的生产过程质量审核。在现场审核期间，团队会结合实际情况，就产品的质量与食品安全标准开展针对性沟通和专项培训。

案例

开展质量专项培训，提升质量意识



公司于 2025 年 5 月在宁夏酒厂组织了为期 2 天的专项培训，覆盖 25 家酒厂的质量经理及主管。培训内容涵盖质量事故管理、食品安全与质量法律法规、品评改进方法、HACCP 策划流程以及基于过程的审核思维，有效提升参训人员在质量与食品安全管理领域的专业技能和系统审核能力。



2025 年全国质量工作坊

2025 年，

公司 25 个酒厂累计完成培训

33,294 小时

达 **12,716** 人次

实现食品安全与质量相关培训覆盖率

100%

优质客户服务

公司始终秉持以客户为中心的服务理念，致力于建立高效、透明的客户沟通与反馈机制，完善投诉处理流程，并依托专业团队确保客户诉求得到迅速响应与有效解决。我们持续优化服务质量，切实保障客户权益，提升客户满意度。

➤ 高效响应诉求

为及时准确了解客户需求，公司开通电话、微信、邮件等多种反馈渠道，确保客户能够便捷地提出意见与需求。在制度层面，我们制定《客户及消费者投诉处理程序》及《工厂投诉处理程序》等制度文件，明确投诉的界定标准、分级分类方法及评估要求，为投诉处理的规范化和系统化提供依据。专业人员团队会对重点客户诉求进行电话访谈，确保问题精准传达至公司相关部门，推动产品与服务持续优化。2025年，公司共接收投诉 77 件，投诉解决率 100%。

针对不同类型的投诉，公司设立专项处理流程，并通过定制化的行动方案提升解决效率。公司通过总部与酒厂质量部门的高效协同，构建“酒厂落实整改、总部分析追踪”的闭环机制，持续提升产品质量与客户满意度。



➤ 提升服务体验

我们始终将提升客户服务体验作为品牌建设的核心环节，通过数字化平台建设、会员体系优化、场景化营销及产品创新的四大维度，系统化深化与消费者的情感连接。2025年，公司通过即时零售战略升级、会员互动机制优化、沉浸式体验场景打造及限定产品矩阵拓展，持续提升品牌影响力与客户忠诚度，构建更具韧性的市场竞争力。



拓展线上销售平台

我们深化与京东、抖音等主流电商平台的战略合作，将高端调性的新产品，故事化传播与体验式分享作为重点，吸引高价值消费人群，实现内容电商从销量增长到价值增长的跨越。通过优化美团在酒专、闪电仓的商品展示，及与淘宝闪购共同投资打造品牌旗舰店，带动即时零售高速增长和配送效率增加的消费体验。



完善会员互动体验

依托“一物一码+小程序”技术架构，我们构建高效灵活的会员中心体系，支持快速迭代以适应市场变化。2025年，公司通过品牌公众号、线下物料及官方微博等多渠道持续推广会员活动，并结合积分奖励与红包机制激励用户扫码互动。在抖音生态中，我们通过“内容-媒体-货架”协同机制增强会员黏性与复购意愿。



打造沉浸式消费体验

我们通过多元线下场景融合品牌文化，为消费者提供深度互动体验。2025年，乌苏啤酒在成都太古里等人气商圈开设“大乌苏小烧烤”主题店，乐堡啤酒联合银河左岸音乐 IP 在重庆和贵阳举办的音乐节吸引了 20 万乐迷参与，1664 联合品牌代言人吴磊打造“蓝调聚场”活动。此外，公司与肯德基合作的宵夜套餐、渝超联赛体育营销等举措，进一步拓展品牌体验的边界。



创造惊喜体验

我们通过节日限定包装、艺术跨界合作及季节性新品推出，持续为消费者创造惊喜感。2025年，公司推出近三十款新品及数十款新包装。同时，天山鲜果庄园橙味汽水、能量饮料“电持”等非啤酒品类的推出，进一步丰富消费选择，强化品牌新鲜感，增强市场认知度。

案例 京 A 精酿跨界多元餐饮，推动产品场景融合

重庆啤酒旗下精酿品牌“京 A”积极拓展跨界合作，通过联名不同风格的餐饮品牌，持续推动精酿啤酒与多元美食文化的深度融合。2025 年，京 A 先后与北京日式居酒屋“海淀慢走店”、广州创意面馆“黑手制面”等具有地域特色的餐饮品牌合作，推出定制化主题套餐与限定餐酒体验，将京 A 多款标志性精酿与合作伙伴的创意菜品进行精准搭配，强化风味协同与消费场景创新。



京 A 与慢走、黑手制面跨界合作

案例 深度参与马拉松赛事，助力体育产业发展

公司通过深度参与多地马拉松赛事，持续践行支持本土体育发展的长期战略。2025 年，公司助力乌鲁木齐马拉松和重庆马拉松，以马拉松为纽带，通过深度场景化运营连接体育精神与地域情感，赋能赛事氛围与跑者体验，推动体育产业与地方文旅的长期协同发展。



重庆啤酒助力 2025 重庆马拉松

案例 牵手广顺兴，拓展高品质粤菜餐酒新场景

重庆啤酒与全国连锁粤菜品牌“广顺兴”签署战略合作协议，围绕嘉士伯、乐堡、1664、乌苏、京 A 等品牌，推进面向粤菜场景的餐饮渠道深度合作，双方将通过明星 IP、定制套餐、季节菜单、联名营销等形式，打造覆盖正餐、夜宵、社交聚会等多场景的啤酒体验，例如将品牌特色融入粤菜餐饮场景，强化消费体验。



战略合作签约仪式

案例 乌苏啤酒节点燃塔城，展示乌苏文化

2025 年 7 月 18 日，塔城乌苏啤酒节在乌苏市九莲泉广场火热开幕。乌苏啤酒以“鲜啤畅饮+品牌路演”的创新形式，为这场夏日狂欢注入了澎湃活力。乌苏啤酒为活动免费提供约 30 吨鲜啤，邀请八方游客“畅饮乌苏、品味新疆”，共同助力本次啤酒节成为展示地域文化、推动文旅融合发展的重要平台。



2025 新疆塔城乌苏啤酒节开幕式

多元、平等与包容

员工是公司实现可持续发展的核心驱动力。我们始终将多元、平等与包容视为企业核心价值观，致力于营造尊重个体差异、鼓励多元表达的工作环境，让每位员工都能获得公平的发展机会。

员工尊重与共融

我们严格遵守集团《人权政策》¹⁵《多元化、平等与包容政策》¹⁶《劳工权利政策》等准则，并于 2025 年更新了《多元化与包容性政策》与《招聘手册》等内部管理制度，为构建平等、包容的组织氛围提供制度保障。

在招聘与选拔环节，我们坚持以价值观契合和工作表现为核心标准，坚决杜绝基于种族、宗教信仰、性别、年龄、国籍、婚姻状况、身体条件、性取向等任何因素的歧视行为。

在雇主品牌建设方面，公司以“酿造无限可能”（"Something's Brewing"）为核心价值主张，通过多种渠道积极传递包容性人才理念，持续吸引多元化背景的优秀人才加入。

¹⁵ https://www.carlsberggroup.com/media/kibllgxo/human-rights-global-policy_english_june2025_final.pdf

¹⁶ https://www.carlsberggroup.com/media/25a10tdv/carl_2153_policies_dei_v10.pdf

¹⁷ Diversity, Equity, and Inclusion，即多元、平等与包容。

¹⁸ WEPs 由联合国全球契约组织（UN Global Compact）和联合国妇女署（UN Women）联合发起，倡导企业促进性别平等，增强女性在工作场所、市场以及社区中的权能。

多元、平等与包容 (DEI)¹⁷

公司以明确的 DEI 路线图为指导，持续构建开放、包容的工作环境，确保每位员工都能充分发挥潜能并获得平等发展机会。2025 年，我们正式成为联合国妇女署《赋权予妇女原则》的全球签署企业成员，承诺在业务运营中积极推动性别平等，提升女性在管理层中的比例。

在系统性举措支撑下，公司在 DEI 领域持续获得外部权威机构认可，连续三年荣获国际知名雇主品牌研究机构雇主品牌研究所的“多元公平包容大奖”。

案例

成为 WEPs 全球签署企业成员，营造开放包容氛围

2025 年 3 月 3 日，公司正式成为联合国妇女署《赋权予妇女原则》¹⁸ 的全球签署企业成员。我们已制定明确的 DEI 路线图，致力于让每位员工都能在工作中施展才华，获得归属感与个人价值实现。公司持续优化管理机制，积极营造开放包容的工作氛围，激发员工积极性与创造力，不断提升组织效能，为员工成长和公司可持续发展提供有力支撑。

WEPs 的七项原则包括：

- 建立高层次的企业领导机制来促进性别平等；
- 尊重并支持人权和无歧视原则，平等对待所有男女员工；
- 保障所有男女员工的健康、安全和福祉；
- 加强对女性员工的教育、培训，促进其职业发展；
- 推广有利于提高女性能力和权利的企业发展计划、供应链及市场营销方式；
- 通过社区行动和宣传促进性别平等；
- 评估和公开报告企业推动性别平等的进展情况。



案例

举办“女性招聘月”，关注职场
平等机遇

重庆啤酒持续举办“女性招聘月”活动，旨在通过系统性的女性人才招聘活动，赋能女性职业发展，关注女性候选人在职场中的平等机遇，同时强化组织内部的 DEI 文化。2025 年 3 月，“女性招聘月”活动如期举行，在微信公众号、小红书等主要社交平台上的曝光量超过 85,000 次。



女性招聘月海报

多元招聘

公司将人才队伍的多元化和包容性视为企业可持续发展的核心动力。我们通过系统化的招聘策略和渠道拓展，积极吸引、选拔并培养具备多元背景和专业素质的人才。本年度，我们进一步建设并落实双向反馈机制，向候选人自动发送不记名问卷收集面试体验反馈，并对负面意见建立闭环管理流程。

高校合作

我们与多所高校建立了深度校企合作机制，通过简历指导、择业辅导、冠名活动及实习基地共建等方式，为学生提供全方位的职业发展支持。2025 年，我们率先引入 AI 互动环节与智能叫号面试系统优化招聘效率，同时通过“边吃边喝边聊”等创新形式的主题宣讲会，在全国 11 所高校营造轻松互动场景，搭建学生与高管的直接对话平台，显著提升了校园招聘体验与效率。

本地化招聘

公司注重本地化人才队伍建设，各酒厂和销售区域通过当地招聘网站、政府专场招聘会、人才交流中心等渠道，积极为当地居民提供就业岗位，增强企业与社区的深度融合。

同时，我们主动监测招聘相关社交媒体舆情，确保外部声音得到及时响应。2025 年，公司凭借卓越实践荣膺雇主品牌创意大赛“最佳创新招聘奖”，体现公司在社会责任与包容性发展方面的坚定承诺。

女性招聘

公司通过举办“女性招聘月”、公益直播等专项活动，重点关注女性就业。我们为有生育和照料家庭需要的女性员工提供相应的关怀政策，支持女性员工在职场中实现自我价值，进一步彰显对女性从业者的认可与赋能。

性别代表性

我们始终坚持公平就业原则，持续关注女性员工在招聘录用、职业晋升及离职流动等关键环节的比例变化，持续推动职场多元化进程，确保每位员工均能在公平的氛围中施展才华、获得归属感与个人价值实现。



1	2
3	4

1、乐堡放开玩 - 牛马之夜 X 嘉士伯总部开放日
2、音乐节招聘活动展位

3、江南大学生物工程学院参观天目湖酒庄
4、厦门大学经济学院调研银川酒庄中水回用项目

2025 年员工相关数据

中层以上管理岗位女性员工人数占比

30.5%

管理层岗位女性员工人数占比

34.4%

女性员工人数占比

29.8%

女性员工人数在创收职能
(如销售)的管理职位中占比¹⁹

18.2%

女性员工晋升人数占比

36.9%

STEM 岗位女性员工人数占比

26.8%



¹⁹ 本年度明确数据口径为管理职位范围。

员工培训与发展

我们始终将员工视为企业可持续发展的核心动力，致力于构建系统化、个性化的人才培养体系，为员工提供清晰的职业发展路径和丰富的学习机会，助力每位员工实现个人价值，共同践行“酿造无限可能”的企业承诺。

员工职业发展

公司建立以“公平、公正、公开”为原则的员工选拔与发展机制，以价值观契合度、专业能力与绩效表现为核心晋升依据。我们通过定期组织人才评估会议，识别高潜力员工并制定个人发展计划（IDP²⁰）。为促进人才内部流动与能力拓展，公司积极推行轮岗、短期派遣等多元化发展方式，帮助员工在实战中积累多岗位经验，实现纵向晋升与横向发展的双向成长。

公司构建了覆盖从新人启航至高层领导全职业生涯阶段的系统化人才培养体系，依托学习模型通过多元发展举措与专业学院赋能，以增长文化为支撑，强化人才梯队建设与可持续发展能力。

分层分类培训体系

我们构建线上线下融合的数字化学习生态，2025 年员工培训覆盖率达 100%。其中，线上学习方面，内部学习平台“嘉油站”作为核心载体，累计线上课程资源 3,704 门，涵盖专业技能、通用素养与领导力等多维度需求。公司员工年度线上学习时长达 41,526 小时，年度累计培训总时长近 28 万小时。

在领导力建设方面，公司针对高、中、基层管理者实施分层培养策略，通过内部讲师授课、行业专家实战指导及跨部门工作坊，系统性提升管理团队的战略执行与团队协同能力。同时，我们注重年轻人才与销售梯队建设，管培生项目经过 15 年迭代，已成为核心管理人才的孵化器。销售团队通过“专才 - 主管 - 经理 - 总监”的全链路培养体系，实现阶梯式能力跃升。

同时，我们通过伙伴计划、导师 / 教练计划、挑战性项目、标杆市场学习、短期派遣、轮岗等多元化培养举措，多维度为员工授权、支持员工实践、培养员工能力，将“赋能、授权、支持和培养”的原则贯穿员工发展全周期，充分激发员工潜能，助力员工在实践历练中实现自我突破与价值提升，彰显公司对员工成长的深度重视与全面投入。

2025 年员工培训覆盖率达

100%

累计线上课程资源

3,704 门

员工年度线上学习时长达

41,526 小时



²⁰ 即 Individual Development Plan，是一个帮助员工进行职业生涯发展的工具。

绩效管理

公司将“增长文化”深度融入绩效管理体系，以“业绩结果”（WHAT）与“行为表现”（HOW）双维度评估员工贡献。行为标准聚焦五大增长文化原则：Semper Ardens 永怀炽热之心，追求卓越表现、正能量和同理心、以消费者为中心、快速决策，卓越交付、赋能、授权、支持和培养员工。通过持续沟通与个人发展计划 IDP 动态调整，我们确保个人目标与组织战略同频，推动员工在实现业务成果的同时，践行嘉士伯核心价值观。



基于员工的绩效重点达成情况
达成了什么结果



基于员工在实现业绩结果过程中所展现出的行为
如何达成结果的
整体绩效评估标准



基于对践行增长文化原则（HOW）和交付业绩结果（WHAT）的综合评估

员工权益与关怀

公司始终秉持“以人为本”的管理理念，将员工视为公司可持续发展的重要基石。我们致力于构建全面、系统的员工权益保障体系，通过多元化的沟通渠道、公平合理的薪酬福利和全方位的职业关怀，为员工创造安全、包容、有成长价值的工作环境。



员工权益

2025 年，公司对《人权政策》进行全面更新，进一步明确并强化了对员工基本权益的保障承诺。我们系统地识别并管理业务中可能涉及的八大人权风险领域，包括强迫劳动、雇佣童工、结社自由与集体谈判、歧视与骚扰、工作时长和休息休假、薪酬与福利、职业健康与安全以及饮用水获取与使用。

公司郑重承诺在员工劳动关系期内，保障强迫劳动和雇佣童工情况的“零发生”。为确保侵害员工权益的行为得到及时纠正，我们持续运营“Speak Up 畅言热线”系统，为员工提供安全、保密的反馈渠道。2025 年，公司在全运营范围内未发现歧视、强迫劳动、雇佣童工事件。



“畅言”宣传海报

员工沟通

公司高度重视员工反馈，构建多层次、立体化的沟通体系，确保不同层级员工的声音都能被充分倾听并得到及时回应。

员工多元沟通方式

全国季度员工沟通大会

每季度举办一次，总裁与全国员工分享公司重要业务信息、新品介绍、嘉奖和表彰，以及关键员工活动等信息。

总裁面对面战略论坛

每季度举办一次，由总裁与不同层级员工共同参与，回顾业务发展情况，探讨战略方向。

厂长接待日

在各酒厂定期开展，促进基层员工与管理层的直接交流。

畅言热线宣传推广

持续提高员工对权益保障渠道的认知度。

多元化沟通活动

包括 HRBP 访谈、直线经理定期沟通、员工沟通大会等。



厂长接待日

公司建立完善反馈落实机制，督促相关职能部门对员工意见及时响应并跟进处理，全面保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权，营造开放、透明、包容的工作环境。公司于 2025 年继续开展“我的心声”员工敬业度与 DEI 调研，系统倾听员工反馈。本次调研整体参与率达 99%，覆盖员工超过 6,400 人。结果显示，员工敬业度得分稳居 89 分，DEI 维度得分进一步提升至 91 分。

本次调研整体参与率达

99%

覆盖员工超过

6,400 人

提升员工敬业度流程及举措

倾听与诊断

- 开展年度“我的心声”全员调研，覆盖敬业度、DEI、管理等议题
- 管理者与团队共同解读报告，识别改进方向

赋能与激励

- 引入 Korn Ferry 评估工具，将增长文化融入个人发展计划（IDP）
- 拓展横向发展路径（轮岗、项目参与），公开内部空缺岗位
- 开展“猛虎计划”“战狼计划”等梯队培养项目，丰富线上线下培训形式

规划与改进

- 团队主导行动研讨，员工参与制定改进方案
- 推动流程与系统优化项目，强化跨部门协同与信息共享

文化与环境营造

- 推广“即时认可”文化，结合点赞卡、表彰等方式及时反馈
- 开展“包容领导力”培训、“开放麦”主题对话
- 加强 DEI 宣传，提升组织包容性与心理安全

➤ 员工薪酬福利

为吸引、激励与保留优秀人才，公司调研并对标快速消费品行业，构建全面且具有市场吸引力的薪酬福利体系。我们通过多元化的激励方案、定期的薪酬回顾以及富有弹性的福利选择，致力于让员工的贡献获得合理回报，提升整体福祉与归属感。

公司员工福利构成²¹



²¹ 以上部分福利因公司属地不同，有可能略有差异。

➤ 员工关怀活动

公司始终将员工权益保障与职场体验置于核心位置，致力于构建和谐、包容的劳动环境。我们在全中国各业务单元建立完善的工会组织体系，通过集体协商机制有效保障员工权益。2025年，西夏嘉酿公司签订集体合同，体现公司对民主管理和员工权益保护的重视。

此外，公司自2018年起联合专业心理咨询机构易普斯咨询，推出员工援助计划（EAP）“心嘉计划”，为员工提供全方位心理健康支持，包括个体心理咨询、团体辅导、压力管理工作坊及心理健康讲座，为员工提供便捷、保密的专业心理支持。2025年，公司累计提供了90人次的一对一心理咨询服务，有效帮助员工缓解工作与生活压力。

同时，公司积极推广工间操活动，鼓励员工每日参与，积极营造健康职场文化，有效提升员工的身体活力与工作效率。



案例

夏日送清凉，保障旺季安全生产

在2025年夏季高温生产旺季，西夏嘉酿公司工会持续开展“清凉行动”，为酒厂包装车间等一线员工送去关爱。工会从中卫核心产区统一采购西瓜，并搭配发放冰糖、茉莉花茶等降暑物资，帮助员工缓解暑热疲劳。此外，公司设置“流动补给站”，配备藿香正气水、旺季零食与果汁冲剂，并通过安排车间员工错峰作业等措施，多措并举保障员工健康与生产安全。



清凉行动

案例

举办青年联谊活动，促进工作生活平衡

2025年5月18日，西夏嘉酿公司组织单身青年员工参加由贺兰县团委主办的“蛋糕DIY—甜甜如你”青年交友联谊活动。活动通过破冰游戏和互动环节，帮助青年员工轻松交流、建立默契。在备受喜爱的蛋糕DIY合作环节中，员工积极发挥创意，进一步增进彼此了解，增强员工归属感与幸福感。



青年联谊活动

负责任采购

公司视供应商为企业实现可持续发展的战略共同体，通过规范化的供应商全生命周期管理与负责任采购实践，将 ESG 理念融入采购决策与供应商评估中，并持续推动供应商在合规运营、风险抵御与责任实践方面的能力提升，致力于打造可持续和负责任的供应链。

规范供应商管理

我们严格遵循集团发布的《直接材料质量要求》《非接触材料供应商质量要求》《第三方筛查手册》和《供应商和被许可人行为准则》²² 等供应商管理制度，并制定了《中国区采购品类分工矩阵》和《中国区采购政策》，明确不同品类采购事物的管理和分工，构建覆盖准入、审核、选定、评估、整改和退出的全生命周期供应商管理体系。2025 年，公司供应商总数约 4,900 家，其中年度新进供应商约 500 家。

在供应商的准入与审核环节，我们秉持公开、公平、公正的原则，所有新供应商均需通过严格的筛选程序，包括反贿赂、贸易制裁及财务状况等方面的审核，合格供应商才能被纳入管理体系。此外，我们严格开展年度供应商绩效评估，基于其准时交货率、质量合格率、服务质量、遵守安全规定情况和价格优势等多个维度进行评估，并将其划分为战略型、杠杆型、关键型和交易型等不同类别，实施差异化管理。对于年度绩效评估得分低于 80 分的供应商，公司在下年度将不再与其进行合作。

我们建立了常态化的供应链风险防控体系，每月定期评估关键物料的供应风险，并制定与执行相应的风险规避措施。同时，对高风险、高依赖度的关键供应商开展定期审核与专项管理，以系统性提升供应链安全与韧性。

推进负责任采购

我们将可持续发展理念融入采购实践，致力于推进负责任采购，与供应商共同构建负责任的价值链。2025 年，我们修订并全面启用新版《供应商和被许可人行为准则》，同时与供应商签订《商务服务安全行为准则》等文件，明确规范供应商在管理体系、基本人权、劳工条件、职业健康和安全、环境保护、商业道德等方面的最低行为标准，降低供应链风险。

我们高度关注供应商在质量、安全、环保及社会责任等方面的表现，要求供应商建立并维持通过外部认证的 ISO 9001 质量管理体系。对于原材料和直接包装材料的供应商，则必须获得 GFSI 认可的食品安全体系认证。2025 年，我们主要材料供应商 100% 通过 ISO 14001 环境管理体系认证 / ISO 9001 质量管理体系认证。

主要材料供应商

100%

通过 ISO 14001 认证 / ISO 9001 认证

同时，我们高度重视与供应商的沟通与协作，通过多种渠道，积极开展食品安全、质量管理、健康安全及可持续发展相关的宣贯与培训，提升供应商可持续发展能力，促进双向理解与协同改进，共同打造稳健、高效、可持续的供应链生态。

案例

供应商交流活动



2025 年 4 月，公司在新疆、天目湖等酒厂面向供应商举办了“供应商行为守则”专项宣讲会，进一步强化供应链合规管理，推动合作伙伴共同践行社会责任与可持续发展理念。



供应商会议

社区参与

我们积极践行企业社会责任，始终将社区视作企业发展的重要根基，致力于以切实行动奉献爱心、回馈社会。我们以教育赋能社区未来，以关怀传递社区温度，以文化丰富社区生态，并鼓励员工积极投身社会公益事业，推动可持续的社区共建。

支持教育发展

我们将支持教育发展视为企业社会责任的重要实践方向，通过持续开展爱心助学与助考行动，为有需要的学子提供切实帮助，助力他们跨越求学障碍。从为高考学子送上暖心关怀，到资助新生迈入大学校园，每一份关爱都彰显了我们教育事业的坚定支持。



案例

重庆啤酒 22 载爱心助学，助千名学子圆梦

自 2004 年起，重庆啤酒宜宾公司已连续 22 年携手共青团宜宾市委开展“重庆啤酒”爱心助学活动，累计捐赠 405 万助学金，点亮了 1,929 名贫困学子的求学路。2025 年 9 月 1 日，第二十二届“重庆啤酒”爱心助学金发放仪式在宜宾青少年发展中心举行，活动现场向 43 名经济困难大学新生发放 18.9 万元助学金，帮助他们顺利步入大学的殿堂，逐梦未来。



第二十二届“重庆啤酒”爱心助学金发放仪式

案例

“天山鲜果送清凉”爱心助考

6 月 7 日至 9 日高考期间，西夏嘉酿公司在宁夏多地开展“天山鲜果送清凉”爱心助考行动。公司在石嘴山市光明中学考点设立爱心服务站，搭建遮阳篷，创造舒适等候环境，为考生及候考家长免费提供天山鲜果庄园橙味汽水，并向高考考生们送上祝福，助力广大学子取得佳绩。



“天山鲜果送清凉”爱心助考服务站

传递社区温暖

我们积极投身社区公益实践，以多元行动关爱社会群体。我们以切实的慰问、捐赠与创新项目为载体，提供温暖与支持，传递企业温度，激发社区活力。

案例

助力困难残疾人，传递社会关怀



重庆梁平酒厂向重庆市残疾人福利基金会捐赠 2,000 元，专项用于帮扶当地困难残疾人，以实际行动践行企业社会责任，为特殊群体送去温暖与支持。

向重庆市残疾人福利基金会捐赠

2,000 元



嘉士伯重庆啤酒有限公司梁平分公司获“助残爱心单位”称号

案例

慰问交警，共筑安全出行防线



乌苏啤酒向自治区交警大队及南疆五地州交警队伍捐赠“电持”能量饮料 2,400 箱，致敬交通管理一线人员的坚守与奉献，以实际行动支持公共安全建设，助力构建文明、安全的交通环境。

向自治区交警大队及南疆五地州交警队伍捐赠

2,400 箱“电持”能量饮料



案例

致敬高温坚守者，关爱一线公交人



公司向高温下的公交一线工作人员捐赠 30 箱天山鲜果庄园，以清凉饮品致敬城市守护者，传递对劳动者辛勤付出的敬意与关怀。

向高温下的公交一线工作人员捐赠

30 箱天山鲜果庄园



案例 “Women Can” 精酿啤酒，赋能女性发展



嘉士伯（中国）啤酒工贸有限公司携手大理市妇女联合会共同启动“大理市女性社会公益项目”，并推出风花雪月品牌首款为女性打造的精酿啤酒——“Women Can”玫瑰海盐风味精酿啤酒。该产品由女性酿酒师团队匠心打造，以“可盐可甜”口感诠释女性多面魅力。其英文名“Women Can”一语双关，传递“她力量”精神。项目将公益与产品深度融合，通过首批 3,000 件产品的公益售卖，筹集并向大理市慈善会捐赠 20 万元，用于支持当地女性创业与就业发展，以实际行动助力女性成长。



案例 助力乡村振兴，赋能全南县“她”力量



2025 年 7 月，公司向江西全南县捐赠 8 万元，支持乡村妇女就业创业培训与扶持项目。同年 11 月，依托该笔资金，县妇联启动了巾帼就业创业系列培训班，共吸引全县 100 余名女性参训。首期 AI 电商班课程涵盖 AI 短视频制作、抖音电商运营、智能办公等实用技能，有效帮助全县百余名女性提升就业竞争力，助力乡村女性实现自我价值，在广阔舞台上绽放巾帼风采。



助力文化传播

我们重视自身品牌的定位和特质，致力于搭建更贴合中国消费者情感与习俗的沟通方式。依托中国多元地域文化特色，我们深入探索中国文化元素在产品包装呈现中的创新运用，并持续推出各种形式的市场活动，积极支持各地本土文化传承与发展。

案例

嘉士伯发布蛇年包装，传新春之愿



2025 年乙巳蛇年，嘉士伯品牌联袂知名亚洲艺术家组合杨松耀与苏素，打造嘉士伯蛇年新春限定包装。这一设计以品牌标志性元素“啤酒花”为灵感来源，融入中国传统生肖文化与新春意象，展示祥蛇造型与绽放的花蔓交织，寓意新年生生不息，花开繁盛。



嘉士伯蛇年新春产品设计图

案例

重庆啤酒 V8 贵州风景限定版正式上市，助力地域文化传播



2025 年 5 月，重庆啤酒 V8 贵州风景限定版在遵义举行新品发布会，正式在贵州上市。该产品以“多彩贵州，热辣畅游”为主题，包装设计融入贵州多地自然与人文元素，通过手绘形式呈现黄果树瀑布、小七孔、西江千户苗寨、赤水丹霞、梵净山、万峰林等地标景观。新品上市期间，重庆啤酒品牌还开展了多元化消费者体验活动，拓展“啤酒 + 文旅”融合场景，增强游客对当地文化的认同与喜爱。



重庆啤酒 V8 贵州风景限定版发布

案例

以本土品牌与城市赛事，助力重庆文化发展



2025年10月，重庆啤酒品牌推出三款新品——重庆精酿全麦 1L、山城秘酿 1L、山城龙井精酿 1L，持续丰富“重庆”“山城”本地品牌矩阵。在推进产品创新的同时，公司积极支持与传递重庆文化，先后举办融合本地民族音乐与古典音乐的“骄傲满冠”江畔交响音乐会、龙舟赛事、城市垂直登高赛等文体活动，并成为“渝超”足球联赛与“重马”马拉松的官方合作伙伴，以“本土品牌+城市赛事”模式，助力重庆体育生态建设，推动体育文化与消费场景的深度融合。



重庆精酿全麦啤酒



江畔音乐会

案例

风花雪月啤酒“云南风景限定罐”，展示文化传承



2025年11月，风花雪月品牌与美宜佳联合推出“云南风景限定罐”，产品包装以非遗扎染纹理为视觉基底，融合苍山洱海、香格里拉等云南自然景观，打造“可带走的风景”，赋予产品独特的文化质感。风花雪月啤酒诞生于云南大理，名字取自大理四景——“下关风、上关花、苍山雪、洱海月”，是云南最具代表性的啤酒品牌之一，此次联动不仅强化了地域文化传播，更以创新形式推动非遗技艺从工坊走向大众，实现商业价值与文化传承的双向赋能。



风花雪月“云南风景限定罐”啤酒上市

合规管理

公司恪守诚信经营核心理念，不断完善治理结构与合规机制，持续强化风险管控意识，系统性提升公司治理水平，坚守商业道德规范，保障企业实现健康、可持续发展的长远发展，共建法治、廉洁、诚信的商业环境。

公司治理

公司致力于治理结构的规范运作，及时、准确披露公司经营情况和重大事项等信息，持续提升风险预防和控制能力，保障公司行稳致远发展。2025 年，公司制定了《重庆啤酒股份有限公司市值管理制度》《重庆啤酒股份有限公司舆情管理办法》，并修订了《重庆啤酒股份有限公司章程》《重庆啤酒股份有限公司股东会议事规则》《重庆啤酒股份有限公司董事会议事规则》《重庆啤酒股份有限公司董事会审计委员会实施细则》，进一步规范公司治理机制，明确各董事会及各专门委员会的主要职责、行为和决策程序。

➤ 董事会有效性

公司始终重视董事会的高效运转，现任独立董事来自法律、财务会计、市场营销、企业管理等多个专业领域，具备多元化的专业知识与实践经验。董事会通过定期召开内外部会议，持续推动公司治理能力稳步提升。2025 年，我们共召开董事会会议 8 次，审委会会议 7 次，薪酬与考核委员会会议 2 次，提名委员会会议 2 次，战略与发展委员会会议 1 次，独立董事专题会议 8 次，监事会²³会议 2 次，股东会 4 次。

董事会高度重视信息披露的规范性，真实、准确、完整、及时地完成各项定期报告和临时公告的信息披露工作，严厉杜绝虚假记载、不实陈述或误导性陈述，确保所有股东特别是中小股东公平、及时获得公司信息，评估风险。2025 年，公司完成 4 个定期报告及 37 个临时公告的披露工作，连续三年获评上海证券交易所上市公司信息披露 A 级评价，并入选中国上市公司协会“上市公司董事会最佳实践”“上市公司内部控制最佳实践”。

我们持续加强投资者关系管理，通过多元化渠道与多样化形式，深化与投资者的互动与沟通。2025 年，我们举办了面向全市场的公开业绩说明会，连续三年入选中国上市公司协会“年报业绩说明会最佳实践”。在国际权威研究及评选机

构 Extel 发布的“2025 年度亚洲最佳管理团队”评选结果中，公司荣膺“亚洲最受尊崇企业——消费品：日用品类”中小型企业榜综合排名第一，这是公司连续第三年跻身该权威榜单。同时，公司也获得中国上市公司协会投资者关系管理最佳实践、证券时报天马奖投资者关系管理优秀团队奖、金牛最具投资价值奖、《亚洲企业管治》2025 年第 15 届亚洲卓越企业奖等多项奖项，体现了公司在合规治理、投资者关系等方面的卓越成绩。

公司总裁李志刚凭借战略创新和经营成效，获评“2024 年度金牛企业家创新奖”，为 A 股食品饮料行业唯一获此殊荣的企业家；同年荣获中央广播电视总台央广网“金顶奖”。

案例

举办业绩说明会，加强投资者沟通

2025 年上半年，公司于佛山酒厂成功举办 2024 年度暨 2025 年一季度业绩说明会，以创新形式搭建起与投资者深度沟通的桥梁。本次业绩说明会采用网络同步直播模式，设置了酒厂参观、高管交流、业绩问答及与酿酒师共同品鉴新品等多元化环节，使投资者既能近距离观摩啤酒生产流程、亲身体验产品品质，亦能就核心关切问题与公司管理层展开深度交流，加深对企业运营逻辑与发展战略的理解。此次业绩说明会通过网络直播引发广泛关注，累计浏览人次高达 205,747，较去年同期增长 15%。



2024 年度暨 2025 年一季度业绩说明会

²³ 2025 年 5 月 29 日起不再设置监事会，相关监督职能由董事会审计委员会承担。

案例

举办媒体 ESG 工作坊，传递可持续发展理念

2025 年，公司共举办 3 次媒体 ESG 工作坊，邀请业内专家学者及多家媒体代表共同参与，围绕企业 ESG 实践路径与可持续发展经验展开深入交流，探讨绿色发展趋势与创新实践。此次活动通过透明、深入的沟通，向外界传达公司在可持续发展领域的战略规划、具体目标与阶段性成果，尤其是在绿色制造、碳中和以及本土化品牌创新方面的系统性努力，进一步强化了与利益相关方在可持续发展议题上的共识与互信。



江苏媒体 ESG 工作坊



➤ 风险管理及控制

公司高度重视风险管理工作，通过构建系统化、常态化的风险管理体系，将风险管控深度融入企业经营与业务发展的全流程。

为健全风险管理机制，我们制定了《风险管理政策》《内部控制自评手册》等相关制度，并通过开展风险评测、制定风险清单、实施控制测试等系列举措，确保公司风险处于可控状态。在此基础上，我们针对风险管控建立运营管理、风险与合规性、内部审计和外部审计的“四道防线”体系²⁴，明确各防线职责，形成层层落实、相互协同的管控格局。公司各风险责任人按季度对负责领域开展审核评估，编制风险报告，总结管控进展，检验措施成效，识别潜在高风险，并向公司风险管理小组定期汇报。

我们针对 ESG 风险定期开展评估，结合行业特性，持续监督污染排放风险、环境处罚风险、反腐败和反商业贿赂风险等方面的变动情况，并适时采取针对性措施，有效防范 ESG 相关风险。2025 年，公司内部审计团队已对采购及差旅费流程、工程及维修管理、销售及市场费用、业务外包流程、财务档案管理流程等重点业务领域开展专项审计，并持续开展日常监督，跟进完成流程优化。

为提升全员风险意识，我们积极组织各类风险培训，2025 年，我们开展了内控框架风险培训、财务及税务培训等风险意识培训，参与培训共计 485 人次，培训总时长为 881 余小时，2023-2025 年员工累计覆盖率达 98.40%。

2025 年各类风险培训情况

关键内控框架风险培训共计

59 员工人次参与

财务工作坊培训共计

76 员工人次参与

财务及税务培训共计

350 员工人次参与



²⁴ 详见2024年ESG报告第65页。

商业道德

“根据指南行事”是公司业务开展的基本准则。我们严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等国家法律法规，并严格贯彻集团《道德与行为准则》²⁵《反腐败和反贿赂政策》²⁶《第三方筛查手册》等商业道德标准，制定并实施《员工手册》《赠礼宴请和招待手册》《产品经销协议》等行为规范和合同范本，明确规定员工、供应商及经销商等在商业活动中的行为准则，系统管理反腐败反贿赂、贸易合规、反不正当竞争、利益冲突防范及信息安全等重要领域。

我们建立了完善的商业道德管理体系，由公司总裁和财务副总裁共同承担商业道德监督职责。此外，公司每年开展反贿赂反腐败专项审计，持续监督商业道德管理体系的有效运行。2025 年，我们进一步开展了反不正当竞争与反垄断风险评估，同时加强相关培训与制度建设，推动商业道德管理向纵深落实。

➤ 反贿赂与腐败

公司坚持对一切形式的贿赂与腐败行为采取零容忍态度，明令禁止员工以任何不公开、不透明的方式接受来自同事或利益相关方的礼品、宴请等利益输送。为系统防范潜在风险，我们建立了覆盖全员、贯穿职业周期的利益冲突申报机制，要求新入职及在职员工均须如实填报利益冲突申报表，从而最大程度降低因利益关联可能对公司造成的损害。公司对申报信息进行及时核查与处理，切实维护企业合法权益。2025 年，公司共有 734 名中高级管理人员完成利益冲突申报。本年度，公司贪污腐败诉讼案件数为 0。

➤ 规范伙伴行为

我们积极推动与所有外部合作伙伴共建清正廉洁、健康有序的商业生态，倡导其共同遵循公司的道德规范与行为准则。我们明确要求合作的供应商、被许可方及经销商必须签署并严格执行《供应商和被许可人行为准则》，并承诺遵守经营所在地的相关法律法规。2025 年，供应商商业道德条款和廉洁协议条款的签订率均达到 100%。

➤ 举报人保护机制

我们制定了《畅言热线手册》，设立了包括邮件、电话、第三方匿名举报平台“Speak Up 畅言热线”等多种举报渠道，鼓励全体员工及相关业务伙伴主动报告任何违反公司道德与行为准则的情形。我们明确了从举报受理、线索收集、访谈核实到结果反馈的处理流程，并将由专职调查人员在严格保密的前提下开展相关工作。公司高度重视举报人信息保护，通过特定程序确保举报人个人信息安全，坚决防范任何形式的打击报复。此外，公司在所有生产酒厂及办公场所公示了举报渠道信息，对每一起举报均进行认真核查，对经查实的违规行为严肃处理，并积极采取改进措施。



²⁵ https://www.carlsberggroup.com/media/tvvp3x4y/code-of-ethics-and-conduct_english_nov2025_final.pdf

²⁶ <https://www.carlsberggroup.com/media/esbic51g/anti-bribery-corruption-global-policy-final-may-25.pdf>

➤ 反腐败意识提升

公司高度重视员工商业道德意识的培育，持续强化全员廉洁自律与合规经营意识。2025 年，所有董事、管理人员、员工均通过线上或线下形式完成了反腐败与商业道德专项培训。在此基础上，公司建立覆盖全员的复训机制，要求包括管理层在内的所有员工每三年重新参加相关培训，并对部分

关键岗位人员实施每年一次的反贿赂与反腐败强化培训。同时，为鼓励员工积极参与企业监督，公司通过多种内部渠道积极宣传“畅言热线”举报机制，包括举办专题宣讲、推送系统邮件、电脑屏保提示、公司内网专栏展示等形式，持续推动廉洁、公正、诚信的组织文化建设。

商业道德专题培训共计

1,660 员工人次参与

反贪腐专题培训共计

2,300 员工人次参与

竞争法合规专题培训共计

240 员工人次参与

2025 年，公司贪污腐败诉讼案件数为

0

未发生

因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚

供应商商业道德条款签订率达

100%

供应商廉洁协议签订率达

100%

数据安全与隐私保护

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

➤ 数据安全治理

我们严格遵守《中华人民共和国数据安全法》等法律法规，基于《IT 资产管理流程》《安全软件开发程序》等信息安全管理标准，制定《信息安全及可接受使用政策》《记录管理与个人信息保护指引》《采购程序安全》等内部政策，建立完善的数据安全管理架构。2025 年，公司未发生数据泄露相关安全事件。



<p>数据安全管理体系</p>	<p>公司建立了系统化的数据安全管理体系，通过制定全面的信息安全管理制度，明确信息记录的分类、处理及保护原则，并细化个人信息保护全流程操作规范。在《员工手册》中，我们对计算机与网络使用、数据安全及隐私保护等方面设置了明确指引。此外，全体员工须签署并严格遵守《信息安全及可接受使用政策》，以书面形式确认其信息安全责任，共同维护企业信息资产安全。</p>
<p>数据保护措施</p>	<p>在技术防护层面，我们在核心应用系统设计阶段即嵌入安全控制机制，保障系统完整性、稳定性和保密性。通过实施门禁权限管理、员工数据分级访问控制、防火墙策略等多层次措施，严格管控用户与员工的数据接触范围。同时，公司定期委托专业第三方机构对公司应用程序开展渗透测试，及时发现并修复数据安全保护漏洞，并形成专项报告。我们还将供应商纳入安全管理体系，通过开展模拟攻击与穿透性测试评估其数据安全能力，确保企业数据合规与安全。</p>
<p>应急响应机制</p>	<p>为应对突发数据安全事件，公司制定了《个人信息安全事件应急预案》及《突发事件应对程序》，并持续根据法律法规及实际情况进行更新完善。一旦发生个人信息泄露、篡改或丢失等安全事件，公司将立即启动应急响应，采取补救措施，开展调查并按规定向相关机构报告，同步向受影响的消费者告知事件情况与可能影响，全力控制事态并降低损失。此外，公司定期组织数据安全运营中心的员工开展应急演练与专项培训，提升实战处置能力。</p>
<p>数据安全评估</p>	<p>我们定期邀请具有专业资质的第三方机构对系统开展漏洞扫描与安全风险评估，依据漏洞风险等级制定修复建议，持续巩固企业数据安全防护体系。</p>

个人信息与隐私保护

我们关注消费者个人隐私与信息保护工作，制定并执行《个人信息保护政策》²⁷，对官方微信公众号、小程序、App 等各类平台在收集、使用消费者个人信息过程中的行为进行严格规范，明确限定个人信息用于广告推送或数据共享的范围与方式。为从系统源头保障消费者信息安全，公司积极推进涉及消费者数据相关系统的等级保护认证工作，已完成 BRCM 系统的二级等保认证，并持续推进 SCRM 系统的三级等保认证。此外，我们开通客服热线、邮箱等多种反馈途径，充分保障其对个人信息的知情权与控制权等相关权益，切实防范隐私信息泄露与滥用风险。

²⁷ <https://carlsbergchina.com.cn/zh/cookie/>

数据安全意识培训

公司通过系统化培训持续强化全员数据安全与隐私保护意识。所有新员工须在入职后 30 日内完成信息安全培训，全体在职员工至少每三年需参加一次复训。针对关键岗位人员，公司实施更为严格的培训管理与考核机制，定期组织专项信息安全教育及培训，不断提升其在员工及消费者个人信息保护方面的责任意识与能力。

2025 年，公司以线上线下相结合的方式开展了以下信息安全培训：



知识产权保护

公司高度重视品牌与知识产权的保护工作，将知识产权视为企业可持续发展的核心无形资产。我们严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》等相关法律法规，并进一步加强与行业组织、协会、政府主管部门以及媒体之间的合作。目前，公司已加入中国酒业协会啤酒分会、T541 标准委员会、中国外商投资企业协会优质品牌保护工作委员会及丹麦王国驻中国大使馆知识产权联盟。

为系统化保护知识产权，公司建立了覆盖商标注册、专利申

请和著作权登记的维护、使用、许可、转让及风险防控的全流程机制，规范商标、专利、著作权等知识产权的维护与运营。同时，为激发全员创新活力，公司设立个人先锋奖、666 金点子等内部奖项，鼓励员工积极参与创新研发。

在侵权防控方面，公司与第三方专业机构合作开展市场侵权行为监测，对侵权行为做到及时发现、快速响应、有效处置。2025 年，我们进一步强化内外部协同，加大对假冒、仿冒等侵权行为的打击力度，切实维护品牌形象与市场秩序。

2025 年 7 月，新疆乌苏啤酒有限责任公司被市场监管总局纳入“涉企行政执法监测点名单”，借助这一机制，公司围绕市场监管部门规范涉企行政执法的专项行动，积极向总局及地方市场监管部门反映实际情况，并提出建设性意见与建议，助力营造更加规范、透明的执法环境。

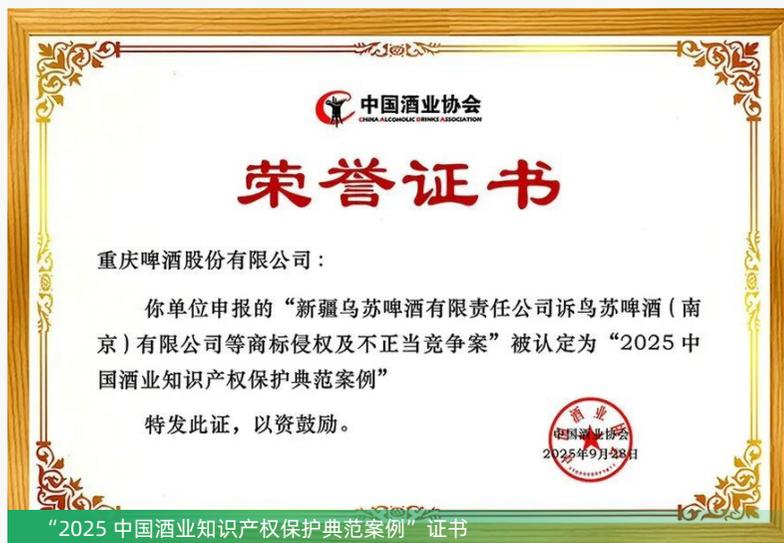
2025 年，公司已获取且在有效期内可直接应用于主营业务领域的专利数量为 149 个。

案例

“乌苏啤酒”商标维权获行业认可，分享维权经验



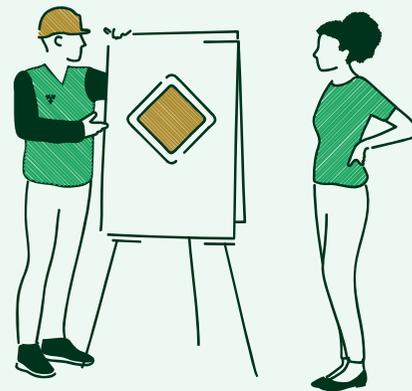
2025 年 9 月，由中国酒业协会主办、中国酒业协会知识产权保护工作委员会承办的第四届中国酒业知识产权大会在山西汾阳举行。经协会专家评审委员会严格评选，公司凭借“乌苏啤酒商标维权案”荣获“2025 中国酒业知识产权保护典型案例”。公司积极分享品牌保护、商标管理及侵权防范等实践，推动行业构建全方位知识产权防护网络。



“2025 中国酒业知识产权保护典型案例”证书

2025 年，公司已获取且在有效期内可直接应用于主营业务领域的专利数量为

149 ↑



案例 “乌苏啤酒” 商标成功维权，保护自身权益



2025 年 9 月，最高人民法院就公司诉乌苏河啤酒酿造集团有限公司等商标侵权及不正当竞争案件作出民事裁定书，驳回原审被告的再审申请。至此，公司权益获得司法全面维护。本案此前历经一审、二审，法院认定被告生产的“乌苏河”啤酒产品构成商标侵权和不正当竞争，判决立即停止侵权行为、变更企业名称并赔偿经济损失及维权合理开支 50 万元。该案件于 2025 年被新疆维吾尔自治区评为“2024 年新疆知识产权保护典型案例”，并分别入选新疆高院和喀什院“知识产权司法保护典型案例”。



乌苏啤酒公司陈列的部分仿冒侵权产品

2025 年，
公司成功实施打击假冒、仿冒品牌行动案件

52

起

有效维护企业自身合法权益

2025 年知识产权成果

案例 “重庆啤酒” 商标成功维权，捍卫公平竞争

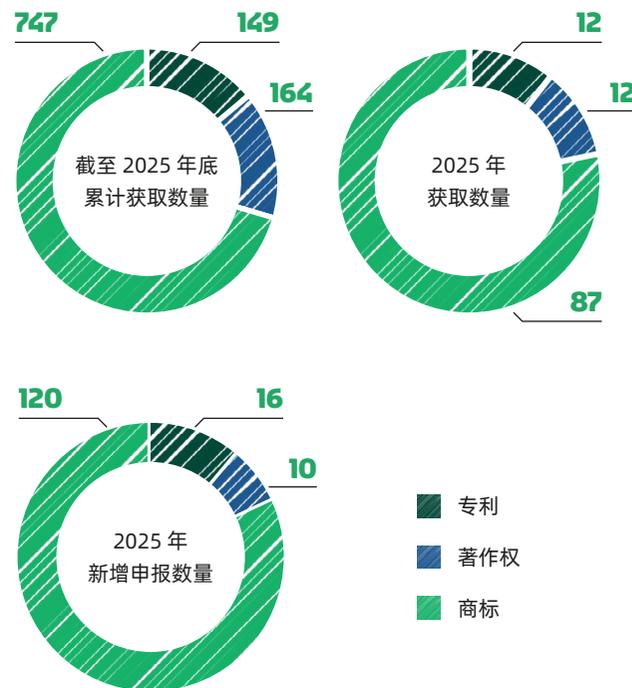


2025 年 4 月，公司诉重啤（云南）啤酒有限公司等商标侵权及不正当竞争案件入选云南省高级人民法院“2024 年度知识产权司法保护十大典型案例”。

该案经云南省高级人民法院审结，认定被告在“重八”啤酒上所使用的标识及包装装潢与公司的重庆啤酒产品高度近似，构成商标侵权及不正当竞争，判令被告停止侵权行为、变更企业名称、赔偿经济损失及维权的合理开支约 191 万余元。该案件的成功维权，有力维护了公司旗下“重庆啤酒”的品牌价值与市场声誉，保障了消费者的合法权益，更彰显公司坚定运用法律武器维护知识产权、捍卫公平竞争市场环境的决心与行动。



重啤（左）与重八（右）产品对比图



经销商管理

我们制定并持续完善《产品经销协议》，对经销商在产品质量标准、保质期管理、包装规范、品牌宣传以及商业道德与行为准则等方面提出了清晰的标准与要求。同时，我们要求所有经销商必须签署承诺函，郑重承诺严格遵守国家法律法规，杜绝一切不正当竞争行为，确保经营与销售活动公平有序开展，保障经销商的产品和服务质量的同时，促进经销商与企业共同成长。

为强化经销商管理规范，公司建立了系统化的经销商入库评估与履约考核机制。在经销商准入阶段，我们设置相应的评估标准，并基于考核机制的评估标准，对经销商实施分级管

理，为其匹配差异化的业务发展规划、能力建设路径与合作支持策略，助力其持续成长。在经销商履约阶段，我们围绕经营表现、业务能力、渠道管理、仓储物流及数据管理四个维度，对经销商开展季度与年度综合考评。针对合作中出现违规行为的经销商，公司将依规将其纳入淘汰名单，并采取相应管理措施，通过动态评价机制持续优化经销商体系，构建健康、规范、可持续的销售网络。

我们不断拓展多元化的双向沟通渠道，包括定期举办经销商大会、落实月度实地拜访、开展满意度调研等，积极倾听并响应经销商的声音，共同探讨市场机遇与发展方向，推

动构建长期共赢的合作生态。2025 年，我们共开展经销商实地拜访 20,926 次。同时，我们通过开展专项培训为经销商提供赋能支持，促进提升给予客户的产品和服务质量，携手经销商伙伴合作共赢。报告期内，我们面向销售和经销商共开展了线下培训 281 场，总参训 11,921 人次，活跃销售内训师 142 人；“嘉油站”月均活跃率 92%，总学习时长 54,447 小时；上线精品课程 37 门，总学习 456,428 人次；线上直播 5 场，总学习 13,037 人次；开展活动竞赛 4 场，总参与 11,836 人次。

案例

新疆业务单元经销商赋能工作坊

2025 年 9 月，中国区销售能力建设团队协同新疆业务单元，在乌鲁木齐举办首届新疆经销商赋能培训。本次培训以“市场通路布局与利润增长管理”为核心，特邀外部专家授课，来自 30 家经销商的代表及大区经理共 43 人参训。课程涵盖销售渠道布局策略、运营资金回报率测算及垂直增长六要素等知识点，帮助参训者提升科学管理与可持续盈利能力。培训获得学员 4.80 分的高评价，并通过提交《四季度共赢管理规划》等训后行动计划，推动学习成果有效转化为经营实践，持续巩固厂商协同共进的伙伴关系。



新疆经销商赋能工作坊大合照

案例

云南业务单元经销商经理营培训



2025 年 5 月，云南业务单元经销商经理营培训在大理举办。本次培训采用“内外部讲师结合、理论与实操结合”的模式，为云南省 45 家经销商负责人提供《经销商销售计划制订与销量预估》与《经销商如何开好销售例会》等实用课程。为确保培训成果落地，培训还设置了销售计划制定与例会视频提交等实践环节，有效推动知识向实战转化，系统性赋能经销商伙伴专业能力提升。



2025 年，
面向销售和经销商共开展了线下培训

281 场

总参训
11,921 人次

活跃销售内训师
142 人



附录

第三方评价

《重庆啤酒 2025 年环境、社会及治理 (ESG) 报告》系统展示了企业在可持续发展道路上的战略思考与实践成果。报告以“共同迈向并超越零目标”为核心框架,围绕“零碳足迹”、“零水浪费”、“零包装浪费”等领域构建了贯穿全价值链的 ESG 治理体系,与国家“双碳”战略形成有效呼应,展现出企业从战略到执行的整体性布局。

在环境绩效方面,重庆啤酒 2025 年实现绿色电力使用率 100%,酿造每百升啤酒的碳排放较 2015 年降低 78.47%,减碳成效显著。此外,公司本年度主要辅料实现 100% 本地采购,啤酒花本地化比例达 55%,麦芽产品本地化比例达 35%,有效减少运输环节的碳排放。水资源管理领域表现尤为突出,单位水耗降至 2.03 hl/hl,较 2015 年平均水耗下降 47.55%;位于高水风险区的酒厂年平均加权单位水耗达 1.98 hl/hl。节水实践也获得广泛认可——惠州酒厂获得“2025 年广东节水十大典型案例”,伊宁酒厂和库尔勒酒厂双双获得“2025 年自治区工业领域节水型企业”。

社会责任方面,重庆啤酒持续推进理性饮酒倡导,持续参与“全国理性饮酒宣传周”,并通过推出多款无醇、低醇饮品,积极响应健康消费趋势。此外,公司实现员工培训覆盖率达 100%,安全管理体系持续完善,2025 年损失工时事故数较 2018 年下降 94%,全国 27 家酒厂已连续两年零损失工时事故,安全生产文化深入人心。

公司治理方面,重庆啤酒构建了由高层统筹、专项协调、落地执行构成的三级 ESG 治理架构(总裁 -TTZAB 牵头人 - 执行负责人),保障战略有效传导与执行。值得关注的是,重庆啤酒在国际国内权威评级中表现突出:MSCI ESG 评级连续两年获评“AA”级,位列全球啤酒行业前列;连续三年获得上海证券交易所信息披露 A 级评价;获得中国上市公司协会上市公司董事会最佳实践案例;旗下 5 家酒厂获评国家级、省级“绿色工厂”、“国家级水效领跑者”、“先进级智能工厂”和“无废企业”等荣誉称号。这些奖项与评级不仅体现了资本市场和监管机构对企业可持续发展表现的认可,也

反映了企业在 ESG 治理、透明度建设方面的领先水平。

通过技术创新与系统管理,重庆啤酒在绿色制造、安全生产、社区协同等方面形成了具有行业推广价值的实践模式。展望未来,期待企业进一步深化供应链协同减碳,推动包装物循环体系标准化建设,并在生物多样性保护等前沿议题上开展更多探索,持续发挥行业引领作用,为中国酒业乃至制造业的可持续发展提供可借鉴的实践路径。



GRI 索引

使用说明		公司参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息，汇报期为在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。					
使用的 GRI1		GRI 1：基础 2021					
序号	指标	指标说明	对应章节	序号	指标	指标说明	对应章节
1		2/1 组织详细情况	关于本报告	17		2/20 确定薪酬的程序	多元、平等与包容
2		2/2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告	18		2/21 年度总薪酬比率	多元、平等与包容
3		2/3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告	19	GRI2： 一般披露	2/22 关于可持续发展战略的声明	关于我们
4		2/4 信息重述	关于本报告	20		2/29 利益相关方参与的方法	利益相关方沟通
5		2/5 外部鉴证	第三方评价	21		2/30 集体谈判协议	多元、平等与包容
6		2/6 活动、价值链和其他业务关系	关于本报告	22		3/1 确定实质性议题的过程	双重重要性评估
7		2/7 员工	零事故文化 多元、平等与包容	23	GRI3： 实质性议题	3/2 实质性议题清单	双重重要性评估
8	GRI2： 一般披露	2/8 员工之外的工作者	零事故文化 多元、平等与包容	24		3/3 实质性议题的管理	双重重要性评估
9		2/9 管治架构和组成	ESG 治理	25	GRI 101： 生物多样性	101/1 阻止和扭转生物多样性丧失的政策	零农业足迹
10	2/11 最高管治机构的主席	ESG 治理	26	101-4 确定生物多样性影响		零农业足迹	
11		2/12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	ESG 治理	27	GRI204： 采购实践	204/1 向当地供货商采购支出的比例	负责任采购
12		2/13 为管理影响的责任授权	ESG 治理	28		205/1 已进行腐败风险评估的运营点	合规管理
13		2/14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	总裁致辞	29	GRI205： 反腐败	205/2 反腐败政策和程序的传达及培训	合规管理
14		2/15 利益冲突	合规管理	30		205/3 经确认的腐败事件和采取的行动	合规管理
15		2/16 重要关切问题的沟通	关于我们	31	GRI206： 反竞争行为	206/1 针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的 法律诉讼	合规管理
16		2/19 薪酬政策	多元、平等与包容				

序号	指标	指标说明	对应章节
32	GRI301: 物料	301/1 所用物料的重量或体积	零包装浪费
33		301/2 所用循环利用的进料	零包装浪费
34		301/3 再生产品及其包装材料	零包装浪费
35	GRI302: 能源	302/1 组织内部的能源消耗量	零碳足迹
36		302/2 组织外部的能源消耗量	零碳足迹
37		302/3 能源强度	零碳足迹
38		302/4 减少能源消耗量	零碳足迹
39		302/5 产品和服务的能源需求下降	零碳足迹
40	GRI303: 水资源和污水	303/1 组织与水作为共有资源的相互影响	零水浪费
41		303/2 管理与排水相关的影响	零水浪费
42		303/3 取水	零水浪费
43		303/4 排水	零水浪费
44		303/5 耗水	零水浪费
45	GRI305: 排放	305/1 直接（范畴 1）温室气体排放	零碳足迹
46		305/2 能源间接（范畴 2）温室气体排放	零碳足迹
47		305/3 其他间接（范畴 3）温室气体排放	零碳足迹
48		305/4 温室气体排放强度	零碳足迹
49		305/5 温室气体减排量	零碳足迹

序号	指标	指标说明	对应章节
50	GRI305: 排放	305/6 臭氧消耗物质（ODS）的排放	零碳足迹
51		305/7 氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	排放管理
52	GRI306: 废弃物	306/1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	排放管理
53		306/2 废弃物相关重大影响的管理	排放管理
54		306/3 产生的废弃物	排放管理
55		306/4 从处置中转移的废弃物	排放管理
56		306/5 进入处置的废弃物	排放管理
57	GRI308: 供应商环境评估	308/1 使用环境标准筛选的新供货商	负责任采购
58		308/2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	负责任采购
59	GRI401: 雇佣	401/1 新进员工和员工流动率	多元、平等与包容
60		401/2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	多元、平等与包容
61		401/3 育儿假	多元、平等与包容
62	GRI403: 职业健康与安全	403/1 职业健康安全管理体系	零事故文化
63		403/2 危害识别、风险评估和事件调查	零事故文化
64		403/3 职业健康服务	零事故文化
65		403/4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	零事故文化

序号	指标	指标说明	对应章节
66		403/5 工作者职业健康安全培训	零事故文化
67		403/6 促进工作者健康	零事故文化
68	GRI403: 职业健康与安全	403/7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	零事故文化
69		403/8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	零事故文化
70		403/9 工伤	零事故文化
71		403/10 工作相关的健康问题	零事故文化
72	GRI404: 培训与教育	404/1 每名员工每年接受培训的平均小时数	多元、平等与包容
73		404/2 员工技能提升方案和过渡协助方案	多元、平等与包容
74		404/3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	多元、平等与包容
75	GRI405: 多元化与平等机会	405/1 管治机构与员工的多元化	多元、平等与包容
76		405/2 男女基本工资和报酬的比例	多元、平等与包容
77	GRI406: 反歧视	406/1 歧视事件及采取的纠正行动	多元、平等与包容

序号	指标	指标说明	对应章节
78	GRI408: 童工	408/1 具有重大童工事件风险的运营点和供货商	多元、平等与包容
79	GRI409: 强迫或强迫劳动	409/1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供货商	多元、平等与包容
80	GRI414: 供货商社会评估	414/1 使用社会标准筛选的新供货商	负责任采购
81		414/2 供应链中的负面社会影响和采取的行动	负责任采购
82	GRI416: 客户健康与安全	416/1 评估产品和服务类别的健康与安全影响	零非理性饮酒产品与服务
83		416/2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	零非理性饮酒产品与服务
84	GRI417: 营销与标识	417/1 对产品和服务信息与标识的要求	零非理性饮酒
85		417/2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	零非理性饮酒
86		417/3 涉及市场营销的违规事件	零非理性饮酒
87	GRI418: 客户隐私	418/1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	合规管理

上交所 ESG 制表索引

序号	指标详情	对应章节	序号	指标详情	对应章节
	第二十一条 披露主体除按照本指引第二章的规定披露应对气候变化相关治理, 战略, 影响、风险和机遇管理, 指标与目标等内容外, 还应当按照本节规定披露应对气候变化的相关信息。	零碳足迹		第二十五条 (一) 公司按照业务单位或设施分类下不同范围温室气体排放情况	零碳足迹
	第二十二条 (一) 公司关于气候变化对其战略和商业模式影响的评估情况, 以及应对相关影响的方法。	零碳足迹		第二十五条 (二) 公司按照国家或地区分类下不同范围温室气体排放情况	零碳足迹
	第二十二条 (二) 公司在评估其气候适应性时考虑的重大不确定性因素。	零碳足迹		第二十五条 (三) 公司按照来源类型 (燃烧、加工、电力、供暖、制冷和蒸汽等) 分类下不同范围温室气体排放情况	零碳足迹
	第二十二条 (三) 公司在短期、中期和长期内为适应气候变化调整其战略和商业模式的能力。	零碳足迹		第二十六条 披露主体应当披露核算温室气体排放量所依据的标准、方法、假设或计算工具, 并说明排放量的合并方法 (如股权比例、财务控制、运营控制等)。报告期内核算标准、方法、假设等发生变化的, 应当说明原因并披露具体影响。	零碳足迹
	第二十三条 (一) 公司为应对气候相关风险和机遇而对当前和未来战略、商业模式和资源分配进行调整的情况。	零碳足迹		第二十七条 披露主体应当披露温室气体减排实践的相关信息, 包括参与各项减排机制的情况、减排目标、减排措施 (如管理措施、资金投入、技术开发等) 及其成效等。 披露主体应当按照不同温室气体排放范围分类披露因重新设计生产流程、改造设备、改进工艺、更换燃料等减排措施直接减少的温室气体排放量, 并换算成二氧化碳当量公吨数, 披露主体可以按照不同减排措施分别披露减排情况。 披露主体应当披露其在全国温室气体自愿减排项目和核证自愿减排量 (CCER) 的登记与交易情况、参与其他减排机制的项目和减排量登记与交易情况等内容 (如有)。	零碳足迹
第一节 应对气候 变化	第二十三条 (二) 公司已经或者计划为直接或间接应对气候相关风险和机遇所采取的改进生产工艺、更新设备等措施。	零碳足迹	第一节 应对气候 变化	第二十八条 披露主体披露有利于减少碳排放、实现碳中和的新技术、新产品、新服务以及相关研发进展的, 应当客观、审慎地披露相关工艺技术形成的产品或服务的具体情况、相关业务的研发投入及进度、已取得的审批或认证、已具备的规模化生产能力、已取得的订单情况等, 鼓励说明对披露主体当期及未来财务状况和经营成果的影响, 以及可能存在的不确定性和风险等。	零碳足迹
	第二十三条 (三) 公司为应对气候相关风险和机遇所制定的转型计划, 及制定该计划所依赖的基本假设。	零碳足迹			
	第二十三条 (四) 公司为实施转型计划提供的资源。	零碳足迹			
	第二十三条 (五) 公司实施转型计划的进展情况。	零碳足迹			
	第二十四条 披露主体应当核算并披露报告期内的温室气体排放总量, 并将不同温室气体排放量换算成二氧化碳当量公吨数。披露主体应当披露温室气体范围 1 排放量、范围 2 排放量, 鼓励有条件的披露主体披露温室气体范围 3 排放量。 披露主体涉及使用碳信用额度的, 应当披露所使用的碳信用额度的来源与数量。披露主体参与碳排放权交易的, 应当披露报告期内是否完成清缴以及是否存在被有关部门要求整改或立案调查的情形。 本所鼓励有条件的披露主体聘请第三方机构对公司温室气体排放等数据进行核查或鉴证。	零碳足迹			

序号	指标详情	对应章节	序号	指标详情	对应章节
	第三十条（一）排污信息，包括但不限于主要污染物、特征污染物以及国际环境公约规定的受控物质的种类、名称、排放总量、核定的排放总量、超标排放情况、环保绩效等级情况（如有）等，鼓励披露主体按照业务单位或设施、来源类型、活动类型等分类披露污染物排放的具体情况。	排放管理		第三十二条（五）为降低产品全生命周期等对生态系统、生物物种及其栖息地、生物遗传资源等的影响和依赖，采取的行动与取得的效果。	零农业足迹
	第三十条（二）对污染物的处理技术和处理方式，污染防治设施的建设、运行情况和实施成果（例如排放浓度、强度或排放总量的降幅）。	排放管理		第三十三条（一）针对环境事件的风险评估、预防相关风险的管理措施和针对突发环境事件的应急预案总体情况。	排放管理
	第三十条（三）主要污染物减排目标及为达到相关目标所采取的具体措施。	排放管理		第三十三条（二）报告期内突发重大环境事件的发生日期、地点和持续时间，事件等级、事件处理方式和处理结果，对公司、社会公众的影响以及整改措施。	不涉及
	第三十条（四）污染物排放对员工、当地社区居民等群体的影响。	排放管理		第三十三条（三）报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任的情况，包括但不限于违规情形、处罚原因、处罚金额、对披露主体生产经营的影响以及公司的整改措施等。	不涉及
	第三十条（五）报告期内因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任的情况，以及公司环境监测方案和风险管理措施是否存在重大缺陷。	排放管理			
第二节 污染防治 与生态系 统保护	第三十一条（一）产生的有害废弃物、无害废弃物的总量（以吨计算）及密度（如以单位营收、单位产量、每项设施计算）。	排放管理	第二节 污染防治 与生态系 统保护	第三十五条（一）能源使用的基本情况，包括但不限于按类型划分的直接及间接能源（如煤、电、气或油）总能耗量（以吨标准煤计算）、结构及总能耗强度（如以每产量单位计算）等。	零碳足迹
	第三十一条（二）有害废弃物、无害废弃物的处理方法、处置情况。	排放管理		第三十五条（二）清洁能源使用情况，包括但不限于风能、太阳能、水能、地热能、生物质资源、海洋能、天然气等清洁能源的种类、总量、比例等。	零碳足迹
	第三十一条（三）废弃物减排目标及为达到目标所采取的具体措施。	排放管理		第三十五条（三）能源节约目标以及具体措施，包括但不限于采购节能生产设备、节能照明设备、节能温控设备，采用余热余压利用、能源梯级利用等措施，能源使用存在的具体困难（如有）。	零碳足迹
	第三十二条（一）生态保护红线范围内，退出生产经营活动、处置相关设施等情况。	零农业足迹	第三节 资源利用与 循环经济	第三十六条（一）报告期内水资源使用的基本情况，包括但不限于总耗水量（以吨计算）及使用强度（如以每产量单位计算）等。	零水浪费
	第三十二条（二）在生产经营场所周边和陆地、海洋重点生态功能区、生态保护红线、自然保护地，以及其他具有重要生态功能或生态环境敏感脆弱区域的保护和恢复等方面采取的措施与取得的效果。	零农业足迹		第三十六条（二）水资源节约目标以及具体措施，水资源回收利用情况及水资源使用存在的具体困难（如有）。	零水浪费
	第三十二条（三）在野生动植物保护、自然栖息地保护恢复等方面采取的措施与取得的效果。	零农业足迹		第三十七条（一）为实现循环经济而制定的具体目标和计划。	零包装浪费
	第三十二条（四）在生物遗传资源的保护、可持续利用、获取与惠益分享、监测预警和风险管理等方面采取的措施与取得的效果。	零农业足迹			

序号	指标详情	对应章节	序号	指标详情	对应章节
第三节 资源利用与 循环经济	第三十七条（二）报告期内为实现循环经济而采取的具体措施，包括节省资源、提高资源利用率、使用可再生资源、预防和减少废弃物的产生以及回收利用废弃物等。	零包装浪费	第二节 创新驱动与 科技伦理	第四十二条（四）科技创新成果及其应用对推动发展新质生产力的作用，以及对经济、社会、环境和利益相关方的影响等。	合规管理
	第三十七条（二）：报告期内公司在实现循环经济目标方面取得的具体进展及成效，包括废弃物的回收及综合利用情况（含废弃物循环利用量）、可再生资源消耗量及占相应资源总消耗量的比例等。	零包装浪费		第四十三条（一）从事科技研究、技术开发等科技活动的领域及遵守的科技伦理规范	不适用
第一节 乡村振兴与 社会贡献	第三十九条 披露主体应当披露报告期内支持乡村振兴的具体情况，包括但不限于下列内容： （一）披露主体在乡村和脱贫地区业务占比较高的，应当结合业务开展情况披露公司将支持乡村振兴、巩固拓展脱贫攻坚成果融入公司战略的具体情况	社区参与	第四十三条（二）内部管理制度中关于科技伦理的规定及其落实情况，科技伦理（审查）委员会的设置及其运作情况（如有）；	不适用	
	第三十九条（二）结合在乡村和脱贫地区业务开展情况，披露支持乡村特色产业、支持当地就业等方面采取的具体措施，以及其他支持乡村振兴工作的具体措施	社区参与	第四十三条（三）违反科技伦理的行为，包括相关行为的基本情况、被有权机关处罚的情况，内部调查处理与责任追究情况，以及采取的整改措施（如有）	不适用	
	第三十九条（三）具体工作成果，包括报告期内总投入金额、惠及群体范围及数量，对公司品牌和业务开展的影响等。	社区参与	第四十三条（四）开展科技伦理内外部培训及科普宣传等情况	不适用	
第四十条 披露主体应当披露报告期内对公众及社会作出贡献的基本情况，包括但不限于开展公益慈善、志愿活动等方面的具体情况，以及投入资金金额、人员、时间、取得的效果、对公司品牌和业务开展的影响等。	社区参与	第三节 供应商与 客户	第四十五条（一）供应链风险管理的基本情况，包括但不限于公司制定的供应链风险管理目标及具体计划、供应链风险应对机制、措施及实施效果	负责任采购	
第四十二条（一）科技创新的战略和目标，涉及投入金额的，应当同时披露相关资金的筹措安排及保障措施	合规管理		第四十五条（二）通过并购重组、科技创新等保障自身供应链安全、强化供应链优势等方面的举措和积极效果。	负责任采购	
第四十二条（二）开展科技创新的具体情况，包括研发创新管理制度体系建设，参与研发创新、科技合作项目的情况，研发投入金额及占主营业务收入比例、研发人员数量及占比、应用于主营业务的发明专利数量等	合规管理		第四十六条 披露主体报告期末应付账款（含应付票据）余额超过 300 亿元或占总资产的比重超过 50% 的，应当披露报告期末逾期未支付款项的金额，以及拟采取的解决方案。 披露主体或者其控股子公司通过国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息的，应当披露逾期未支付中小企业款项的金额、对中小企业供应商的账期设置、逾期账款的形成原因、是否涉及诉讼仲裁等情况，并披露解决方案。 本所鼓励其他披露主体参照前两款规定进行披露。	不适用	
第二节 创新驱动与 科技伦理	第四十二条（三）取得的研发进展及成果、获得的专业资质和重要奖项等，包括报告期内发明专利的申请数和授权数、有效专利数，高新技术企业认定情况、国家科学技术奖项获奖情况等	合规管理	第四十七条（一）产品和服务质量管理体系、制度的建设、执行情况以及具体措施	产品与服务	
			第四十七条（二）公司获得的质量管理相关的认证、主要产品和服务质量管理体系认证情况	产品与服务	

序号	指标详情	对应章节	序号	指标详情	对应章节
第三节 供应商与 客户	第四十七条（三）报告期内发生的产品和服务相关的安全与质量重大责任事故，包括事件性质（如行政处罚等）、造成的影响及损害涉及的金额、采取的应对措施及进展（如有）	产品与服务	第一节 可持续 发展相关 治理机制	第五十二条 本所鼓励披露主体结合实际情况披露报告期内识别和应对可持续发展相关负面影响或风险的尽职调查情况，包括但不限于负责尽职调查的机构或人员、尽职调查的范围、识别可持续发展相关负面影响或风险的程序及应对相关负面影响和风险的具体情况。	利益相关方沟通
	第四十七条（四）售后服务、产品召回制度的建立与执行情况，针对客户投诉的受理途径、处理流程及处理情况	产品与服务		第五十三条（一）利益相关方沟通制度的建设、执行情况。	利益相关方沟通
	第四十八条（一）数据安全管理制度体系建立与运行情况及具体措施，获得的认证情况（如有）	合规管理		第五十三条（二）听取、反馈利益相关方意见建议的渠道及执行情况，如沟通方式、沟通频率、沟通内容等。	利益相关方沟通
	第四十八条（三）客户隐私保护制度体系建设与运行情况	合规管理		第五十五条（一）反商业贿赂及反贪污风险管理制度体系建立与运行情况、是否建立举报者保护政策。	合规管理
	第四十八条（四）报告期内发生的泄露客户隐私事件的具体情况，包括造成的影响、涉及的金额、采取的应对措施及进展（如有）	合规管理		第五十五条（二）对商业贿赂及贪污风险进行评估的情况。	合规管理
第四节 员工	第五十条（一）员工的聘用与待遇等方面的政策及执行情况，包括但不限于报告期内吸纳就业、创造灵活就业岗位的情况，期末在职员工的性别、年龄等构成情况，报告期内支付员工工资和缴纳员工社保、公司劳工纠纷、员工变动、对灵活就业人员的权益保障、招聘录用程序合规与公平透明情况等	多元、平等与包容	第二节 商业行为	第五十五条（三）接受反商业贿赂及反贪污培训的董事、管理层人员、员工总数和百分比。	合规管理
	第五十条（二）职业健康与安全的基本情况，包括但不限于针对公司职业安全风险及来源的识别与评估情况，职业健康安全管理体系的建立及实施情况、相应资质认证获得情况、相关培训情况，工伤保险、安全生产责任险的投入金额及人员覆盖率，报告期内安全事故的具体情况（如有）等	零事故文化		第五十五条（四）报告期内发生的商业贿赂及贪污事件的具体情况，包括董事、管理层人员、员工由于商业贿赂或贪污行为而被解雇或受到处分、被有权部门调查、与业务合作伙伴的合同被终止或未续约以及针对公司或其董事、管理层人员、员工商业贿赂或贪污行为的诉讼案件具体情况（如有）。	合规管理
	第五十条（三）员工职业发展与培训的基本情况，包括但不限于公司职位体系设置情况，员工晋升、选拔与职业发展机制，员工培训类型、次数、开展情况，以及年度培训支出金额、员工培训覆盖率等	多元、平等与包容		第五十六条（一）防范不正当竞争行为（如虚假宣传、实施垄断行为、侵犯商业秘密等）管理制度体系建立与运作情况及具体措施。	合规管理
			第五十六条（二）报告期内因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的，应当披露具体诉讼情况、涉案金额、受到的行政处罚相关情况以及整改措施。	合规管理	

ESG 关键指标绩效

范畴	指标	单位	2025 年
温室气体排放	使用天然气排放的二氧化碳	吨二氧化碳	64,819.90
	使用污水处理厂产生的沼气所排放的二氧化碳	吨二氧化碳	0.54
	区域供热排放的二氧化碳（来自标准供热系统）	吨二氧化碳	25,042.47
	所用热能产生的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	89,862.91
	酒厂总二氧化碳排放量	吨二氧化碳	92,801.49
	制冷剂的二氧化碳排放量	吨二氧化碳	2,938.58
	温室气体排放量（范围 1）	吨二氧化碳	67,759.02
	温室气体排放量（范围 2）	吨二氧化碳	25,042.47
	温室气体排放总量（范围 1+2）	吨二氧化碳	92,801.49
	温室气体排放（范围 1+2）强度	吨二氧化碳 / 万元营收	0.06
生产能耗	摄于天然气的能量	MWh	319,940.27
	污水处理厂产生的沼气的能量值	MWh	2,347.81
	区域供热（来自标准供热系统）热量	MWh	85,178.48
	总电耗	MWh	164,477.64
	总热能消耗	MWh	407,653.79
	直接能源消耗量	MWh	328,272.78
	间接能源消耗量	MWh	243,671.42
	综合能耗消耗量	MWh	571,944.20
	综合能耗消耗强度	MWh / 万元营收	0.39
	可再生电力百分比	%	100

范畴	指标	单位	2025 年
水资源消耗	自备井水	立方米	302,434.00
	城市自来水用量	立方米	5,266,005.19
	地表水	立方米	355,013.81
	总取水量	立方米	5,923,453.00
	酒厂总耗水量	立方米	5,825,527.88
	总耗水强度	立方米 / 万元营收	3.96
	中水回用量	万吨	20.12
	氨氮	吨	19.74
	总磷	吨	4.00
	悬浮物	吨	53.96
废水排放物	每百升产品产生原污水的 COD	千克 / 百升	0.31
	每百升产品产生的污水排放量	百升 / 百升	0.97
	原污水的平均 COD	克 / 立方米	3,252.40
	污水总排放量	立方米	2,775,533.99
废弃物排放	有害废弃物排放总量	吨	91.25
	有害废弃物排放密度	吨 / 万元营收	0.0001
	无害废弃物排放总量	吨	107,491.80
	无害废弃物排放密度	吨 / 万元营收	0.07
废气排放	黑烟（粉尘）	吨	14.72
	硫氧化物 SOx 排放量	吨	1.04

范畴	指标	单位	2025 年
废气排放	氮氧化物 NOx 排放量	吨	34.86
	金属类	吨	35,514.00
包材管理	玻璃类	吨	551,136.00
	塑料类	吨	9,797.00
	纸类	吨	84,875.00
安全生产	员工损失工时的受伤事故数	起	1
	员工工亡事故数	起	0
	承包商损失工时事故数	起	0
	承包商工亡事故数	起	0
员工人数	员工总人数	人	6,649
	新进员工总人数	人	657
	男性员工人数	人	4,704
	女性员工人数	人	1,945
	永久员工	人	6,630
	临时员工	人	19
	全职员工	人	6,630
	兼职员工 (含实习生)	人	19
	19/29 岁	人	1,096
	30/39 岁	人	2,638
40/49 岁	人	1,783	

范畴	指标	单位	2025 年
员工人数	50 岁及以上	人	1,132
	高级管理层员工人数	人	81
	一般管理层员工人数	人	958
	工厂蓝领员工人数	人	1,744
	行政类员工人数	人	3,866
员工流失率 ²⁸	员工总流失率	%	12.72
	男性	%	65.50
	女性	%	34.50
	19/29 岁	%	27.40
	30/39 岁	%	37.40
	40/49 岁	%	13.60
	50 岁及以上	%	21.60
	高级管理层员工人数	%	0.80
	一般管理层员工人数	%	11.20
	工厂蓝领员工人数	%	26.00
行政类员工人数	%	61.90	
员工培训平均时长	小时	42.08	
集体谈判员工比例	%	72.90	
签订合法劳务关系的在职员工比例	%	100	

²⁸ 员工流失率= 员工流失总人数/ 员工人数; 各类别员工流失率= 各类别员工流失人数/ 员工流失总人数。

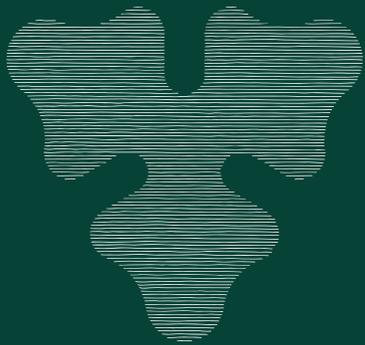
BREWING

FOR A 酿造更美好的现在

BETTER TODAY

和未来 &

TOMORROW



如您有任何问题和建议，请联系：

姓名	谢夷
职务	重庆啤酒股份有限公司企业事务副总裁
电子信箱	CNSMChinaCommunication@carlsberg.asia
联系地址	广州市天河区珠江新城金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 12&13 楼
联系电话	4001600132
网站	www.carlsbergchina.com.cn

倪菁华
重庆啤酒股份有限公司高级企业事务经理
CNSMChinaCommunication@carlsberg.asia
广州市天河区珠江新城金穗路 62 号侨鑫国际金融中心 12&13 楼
4001600132
www.carlsbergchina.com.cn