



青島啤酒股份有限公司
環境、社會及管治報告

2017

關於本報告

報告範圍

本報告是青島啤酒股份有限公司第十份可持續發展年度報告。報告數據和信息涵蓋青島啤酒股份有限公司在國內的 62 家全資和控股的啤酒生產企業，及 2 家聯營及合營啤酒生產企業 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日期間各項可持續發展實踐。基於報告的延續性和對比性，部分數據和信息不局限於 2017 年。

編制原則

本報告根據香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》要求，並參考《全球報告倡議組織（GRI）G4》、《山東省企業環境報告書編制指南》、上海證券交易所《上市公司環境信息披露指引》、國資委關於發布可持續發展報告的相關要求編制。

內容選擇

報告內容的選取過程中，青島啤酒遵循《環境、社會及管治報告指引》、《全球報告倡議組織（GRI）G4》指南的準確性、有效性、重要性、可比性等原則，從環境和社會等多方面進行陳述，重點報告了青島啤酒在產品、環境、社區、員工以及商業伙伴等方面的可持續發展責任。本報告的數據和信息收集工作按公司現有工作流程進行。

指代說明

報告中青島啤酒股份有限公司簡稱為“青島啤酒”或“公司”或“我們”，本報告版權歸青島啤酒股份有限公司所有。

發布方式

報告以網絡版和印刷版形式發布。網絡版可在本公司網站查閱

（網址：www.tsingtao.com.cn）。

114 年
只為釀造好啤酒

16

可持續發展指標 04
領導致辭 06
關於我們 08

綠色釀造
26



2017 年榮譽 52
第三方評價 53
您的反饋 54

關愛社會
36

和諧價值鏈

44

青島啤酒的可持續發展指標

2017 年，是青島啤酒公司上下砥礪前行、勇創輝煌的一年。面對行業深度調整、成本上漲的多重壓力，青島啤酒應時而變，實現銷量、營收和利潤三增長，“保增長、調結構、控費用”戰略主線堅實落地，各項經營指標均保持良好增長態勢，開創了高質量發展的新局面。

在實現經濟效益發展的同時，青島啤酒公司在創新實踐中積極探索企業發展新模式，堅信“工匠精神生金”，擁抱消費者主權時代；立足全球，用民族品牌這張名片向世界傳遞中國企業的文化自信；責任擔當、初心不改，勇擔社會責任，不斷實現與消費者、環境、社區、投資者、員工、價值鏈各方共贏。



經濟責任

指標	2017 年
銷售量 / 萬千升	797
營業收入 / 億元	262.77
歸屬於母公司股東的淨利潤 / 億元	12.63
每股收益 / 元	0.935

環境責任

2017 年單位產品耗水量
同比 2016 年下降

0.1% ↓



2017 年單位產品耗煤量同
比 2016 年下降

5.08% ↓



2017 年單位產品綜合能耗
同比 2016 年下降

3.79% ↓



2017 年千升冷麥汁二氧化碳回收量
同比 2016 年提高

0.79% ↑



社會責任

2017 年公司
員工人數

單位：人

40810



2017 年員工“關愛基金”
救助大病員工

17 人次

累計

382941 元

60 多家

單位員工捐款

783257.74 元

董事長致辭



時代變化、矛盾變化，企業責任也在變化。企業的出發點已經從重點追求經濟效益，向追求“經濟效益和社會效益疊加”平衡的方向轉變。

領經濟之責 負社會之任 啟時代新篇

“日月之行，若出其中。星漢燦爛，若出其裏。”十八大以來，在以習近平同志為核心的黨中央領導下，黨和國家事業取得歷史性成就、發生歷史性變革，過去五年的輝煌振奮人心、凝聚力量、照亮未來。新時代的氣象更加恢弘，新時代的征程更加壯闊。領經濟之責、負社會之任、肩負“經濟責任和社會責任”的雙疊加，青島啤酒全體員工扎實工作、銳意進取，在高質量發展的新階段開啟時代新篇。

新時代標注新責任

日月開新元，天地又一春。“我國社會主要矛盾已經轉化為人民日益增長的美好生活需要和不平衡不充分的發展之間的矛盾。”

時代變化、矛盾變化，企業責任也在變化。企業的出發點已經從重點追求經濟效益，向追求“經濟效益和社會效益疊加”平衡的方向轉變。

“責任雙疊加”，疊加的是品質責任。2017年我們創新性的推出“雙疊加三解碼”的質量管理模式，將質量管理的目標從滿足“高標準”轉向滿足“高需求”，從而更好滿足全球消費者對美好生活的物質需要與精神滿足。

“責任雙疊加”，疊加的是人本責任。員工是企业發展的核心競爭力之一，全心全意依靠員工辦企業是新時期的重要工作。我們不斷提昇員工的主人翁地位和責任，把保障和滿足員工對美好生活的需要放在重要位置。在堅持企業發展的前提下，不斷提高員工凝聚力和創造力，形成青啤人與青啤事業共贏共榮的局面。

“責任雙疊加”疊加的是社會責任。青島啤酒要通過環境保護、倡導理性飲酒、精準扶貧、社會公益、弘揚社會正能量等各項工作，不斷提昇企業的社會責任，為實現美好生活的目標做出實體企業的生動實踐和卓越貢獻，從而打造中國製造業的新高度。

未來，青島啤酒還將繼續強化 and 擴大“責任雙疊加”的深度與廣度，展現中國企業新擔當。

新需求催生新作爲

草木蔓發，春山可望。擔當不渝，新局再啟。當下，我國經濟已由高速增長階段轉向高質量發展階段，消費者對於產品的需求已經從“有”到“好”再到“精”。

這就需要青島啤酒緊緊抓住“創新”主線，既要做到“無中生有”，也要做到“有中出新”。我們要在產品特色化上不斷創新；在質量管理上不斷創新；在新技術、新渠道、新模式上不斷創新……為此，我們市場從“有一瓶”到“有一套”、研發從“素描畫像”到“精準畫像”、生產從“定點射擊”到“移動打靶”，由舊動能轉向新動能。點點要創新、時時想創新，向創新挖潛力、向創新要效益、向創新求發展，最終形成一套青島啤酒適應時代發展，適應消費者美好生活需求的生產經營管理新模式。

新動能創造新機遇

2018年，是站在新的歷史起點上接力探索、接續奮進的關鍵之年。我們要珍惜歷代青啤人和自己創造、鑄就、沉澱的優勢資源，以更加奮發向上的精神狀態，更加堅定的改革勇氣，把發展推向深入；我們要發揮質量優勢、品牌優勢、技術優勢、管理優勢、市場優勢、團隊優勢，真抓實幹，把既定的戰略推進下去，凝聚各方力量乘勢而上。

前景無比光明，責任重於泰山。全體青啤人將拿出擔當、勇氣和幹勁，攜手肩負新時代的新責任，奮力把中國品牌推向世界巔峰。

青島啤酒股份有限公司
董事長

2018年3月

“四個自信” 增定力 “四個勇于” 再出發

新時代的宏偉藍圖已經繪就，新時代的偉大征程已經開啓。新時代要有新氣象，更要有新作為。青島啤酒要做“時代的企業”，一方面，要堅定來自市場淬煉中獲得的自信，傳承和發揚百年如一的品質優勢；另一方面，要勇于自我變革，持續實施“年輕化”的創新之路。

新時代煥發新狀態

堅定四個自信，心無旁騖攻主業

信心是推動發展的動力。習近平總書記指出，從製造業大國邁向製造業強國，要攀登到事業頂峰，要靠心無旁騖攻主業。

2017年，青島啤酒取得了經濟效益與社會效益的雙贏，來之不易。產品研發、品牌驅動、渠道創新，團隊擔當……在嚴峻的市場上歷經淬煉，最終為自己贏得尊敬。來之不易的成績進一步堅定了我們的戰略自信、產品自信、品牌自信和團隊自信。

實施品牌驅動下能力支撐的發展戰略，讓我們的產品遠銷全球100多個國家和地區，打造享譽世界的中國品牌矢志不渝，這是我們戰略自信。

“114年只為釀造好啤酒”，把一瓶啤酒做到最好，為適應消費者美好生活需求而持續推出的系列新產品，以一如既往的高品質、特色化形成了我們的產品自信。

百年品牌是中國品牌中的古樹奇木，具有百年歷史又能走向世界的中國品牌少之又少。青島啤酒在全球堅持的中高端品牌定位，樹立了高品質、高價格、高可見度的中國品牌形象，彰顯了具有中國文化魅力的品牌自信。

營銷、製造、專業職能三支團隊敢闖敢幹的擔當精神，勇往直前的拼搏勁頭，參與競爭的強烈自信，是企業發展的基礎保障，更是我們彌足可貴的團隊自信。

新時代，屬於堅定者、奮進者、搏擊者，屬於一切以新的精神狀態和奮鬥姿態開創未來的人們。

新時代創造新業績

立足“四個勇于”再出發

新時代，帶來發展新要求，要求我們交出發展新答卷。青島啤酒將以勇于變革、勇于創新、勇于開拓、勇于擔當的嶄新風貌再出發。

勇于變革就要解放思想。青島啤酒將不斷與時代特徵互動，保持敢想、敢闖、敢幹的進取精神，提昇組織的開放度。

勇于創新就要革故鼎新。創新是從根本上打開增長之鎖的鑰匙，抓創新就是抓發展，謀創新就是謀未來。青島啤酒將不斷創新產品體驗，以特色化、差异化、個性化引領消費升級新需求。

勇于開拓就要迎難而上。市場發展要善于扭住突出難題，抓突破、抓落實，善于找準關鍵環節攻堅克難。青島啤酒走向全球主流市場，要以產品為紐帶，以文化為載體，在發展中積蓄可持續發展的智慧與力量。

勇于擔當就要自我驅動。再好的資源沒有自我驅動的責任擔當也是一種浪費。擔當精神與進取意識源于價值鏈伙伴對青啤事業的發展初心，我們要以奮發有為的擔當精神和守土有責的責任意識，推動青島啤酒與價值鏈伙伴的共贏走向新階段。

面臨前景可期的新時代，青島啤酒將堅定“四個自信”謀發展，立足“四個勇于”再出發，構築起可持續發展的新力量，以一往無前的奮鬥姿態，不忘初心、繼續前進，開創中國品牌發展新局面。

青島啤酒股份有限公司
總裁

黃克興

2018年3月

總裁致辭



新時代，帶來發展新要求，要求我們交出發展新答卷。青島啤酒將堅定戰略自信、產品自信、品牌自信和團隊自信“四個自信”謀發展，立足勇于變革、勇于創新、勇于開拓、勇于擔當“四個勇于”再出發，構築起可持續發展的新力量，以一往無前的奮鬥姿態，不忘初心、繼續前進，開創中國品牌發展新局面。

關於我們

1

公司願景

成為擁有全球影響力品牌的國際化大公司

2

公司使命

用我們的激情釀造出消費者喜好的啤酒，為生活創造快樂

3

企業宗旨

以人為本 團隊合作
造福社會



我們的公司

青島啤酒股份有限公司（以下簡稱“青島啤酒”）的前身是1903年8月由德國商人和英國商人合資在青島創建的日耳曼啤酒公司，它是中國歷史悠久的啤酒製造企業。世界品牌實驗室發布的2017年《中國500最具價值品牌》排行榜，青島啤酒以1297.62億元的品牌價值連續14年蟬聯中國啤酒行業首位。

1993年青島啤酒先後在香港、上海上市，成為中國首家在兩地同時上市的公司。

截至2017年底，公司在全國20個省、直轄市、自治區擁有62家全資和控股的啤酒生產企業，及2家聯營及合營啤酒生產企業，規模和市場份額居國內啤酒行業領先地位。

青島啤酒為國際市場上最具知名度的中國啤酒品牌，2017年銷售突破100個國家和地區，暢銷美國、加拿大、英國、法國、德國、意大利、澳大利亞、韓國、日本、丹麥、俄羅斯等地。2017年海外市場銷量同比增長18%。亞太市場銷量同比增長34%，大洋洲增長44%，MEA市場（非洲中東歐市場）增長55%，西歐增長3%，北美增長17%，拉美市場增長36%。泰國、利比裏亞、智利、哈薩克斯坦銷量實現翻番；澳大利亞、俄羅斯、阿根廷、哥倫比亞、蒙古銷量增幅超過50%；美國、韓國、新加坡、法國、羅馬尼亞、墨西哥等近20個國家增幅超過10%。

我們的品牌

品牌組合 — “1+1”：

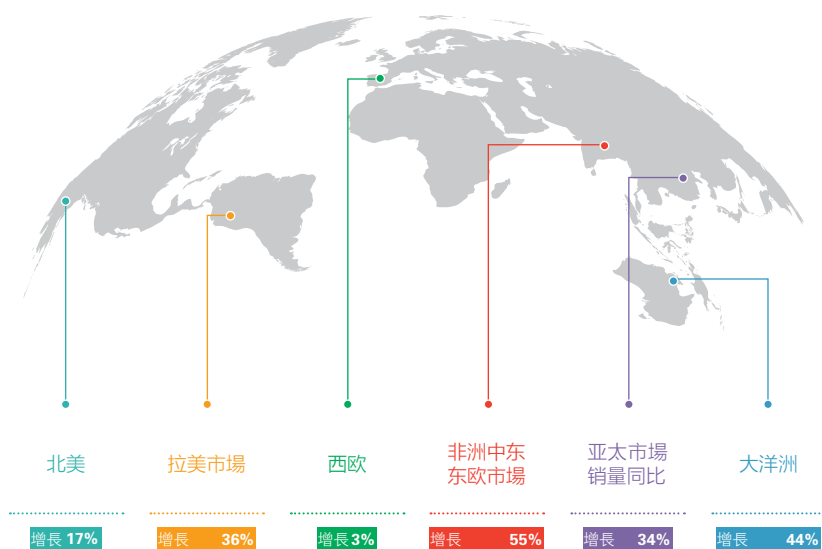
- ① 是指主品牌“青島啤酒”
- ① 是指第二品牌“嶗山啤酒”

品牌推廣模式 — “四位一體”的品牌推廣：

即品牌傳播、消費者體驗、產品銷售、粉絲互動相結合。



品牌價值1297.62億元，連續14年蟬聯中國啤酒行業首位



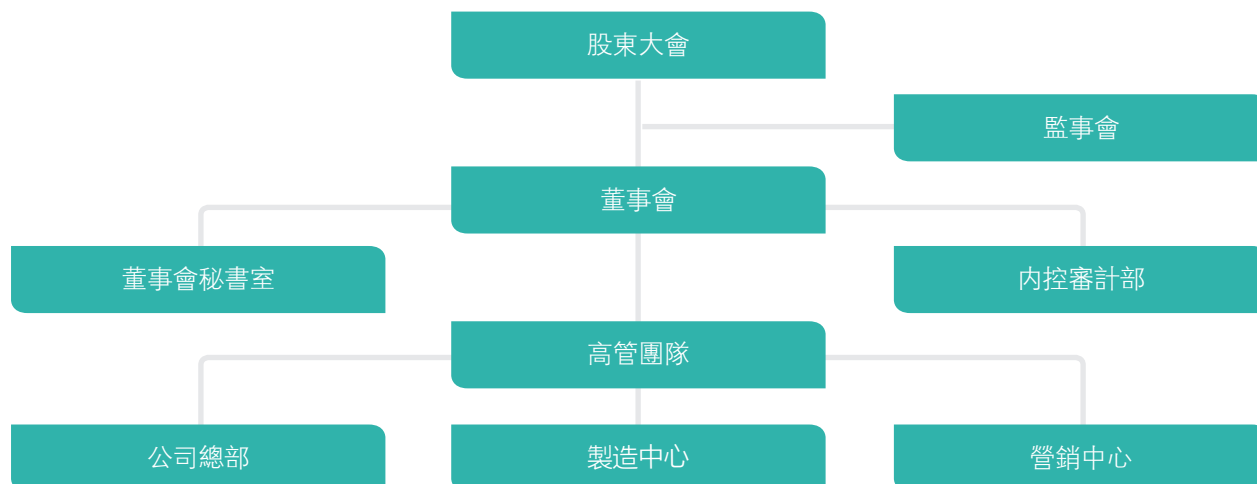


青島啤酒公司第八屆董事會成員

公司治理

于 2017 年 12 月 31 日，青島啤酒股份有限公司第八屆董事會共有董事 9 人，其中執行董事 4 人，非執行董事 1 人，獨立董事 4 人；第八屆監事會共有監事 7 人，其中股東監事 4 人，職工監事 3 人。公司現任獨立董事有不同的專業背景，并具有豐富的法律、財務會計及金融投資等方面的專業經驗。

公司自上市以來，積極探索和實施與國際接軌的公司法人治理結構，不斷完善法人治理機制。與境內外投資者一直保持良好的溝通關係，及時、準確披露公司經營狀況和重大事項等信息。公司董事長、總裁和監事會主席三職分設，形成了權責明確、相互制衡的治理架構。公司在國內上市公司中率先建立了外部董事和外部監事占多數的董事會和監事會架構。





青島啤酒公司第八屆監事會成員

風險控制及管理

2017 年，青啤公司持續完善內部控制體系，實現“價值創造”與“風險控制”二者之間的有效平衡。在加強制度體系建設的同時，針對制度和流程的執行，強化審計、查核，實現有質量的發展。

對促銷費用管理的各關鍵環節存在的問題和風險充分調研，相繼修訂、制定了《促銷費用管理制度》《促銷費用授權管理制度》《營銷中心經銷商往來對賬管理制度（管理會計）》《促銷費用核銷管理規定（管理會計）》等制度，規範了促銷費用使用管理流程，從制度上完善了促銷費用管理，取得了顯著的效益和效果。

2018 年，風險管理和內部控制將側重於公司戰略落地和管理改進等方面，以營銷系統為重點，促進公司所制定的促銷費用管理制度和其他核心制度的落地執行上，加大審計發現問題的整改力度，防範經營管理風險。

創新驅動企業 發展新活力

● 產品創新

“重塑經典、重振純生、提速1903”，青島品牌中高端系列、嶗山品牌、新特產品均保持快速增長；創新推出20多個品類、多達1500多種特色新品，形成70多種新產品研發儲備，精釀新品IPA，苦爽回甘

的皮爾森，醇香優雅的黑啤，花香曼妙的白啤，創新概念啤酒嶗山玩啤；跨界推出聞雞起舞肯德基定制版、鴻運當頭必勝裝、《戰狼2》紀念罐，企業定制產品邁入常態化，一系列快時尚、慢精釀的新產品，充分滿足不同消費者的個性需求。



青島啤酒“有一套”產品大獲成功

2017，一個別致的青島啤酒“有一套”產品，因為精準引領和激發了消費者追求差异化口味的潛在需求，成為區域啤酒市場上的新爆點。



IPA



鴻運當頭



經典 1903



奧古特



全麥白啤

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

黑啤

純生

經典

嶗山啤酒

皮爾森



● 渠道創新

城市客廳走進更多社區

2017 年，青島 TSINGTAO1903 社區客廳新城國際店在北京順利開張，目前青啤公司在青島、北京開設的社區客廳已達到 30 家，帶給消費者更多的休閒體驗新選擇。

電商業績快速增長

聚焦天和京東兩大電商平臺，在三大戰役的拉動下：天和平臺整體較去年同期增長 103%；京東較去年同期增長 141%。

企業定制合作迎來新發展

攜手知名 IP，跨界推出聞雞起舞、肯德基定制版、鴻運當頭必勝裝、《戰狼 2》紀念罐……企業定制產品邁入

常態化，萬科、海信、融創、康普頓……，企業團購、定制迎來高峰。

● 組織創新

青島啤酒在組織上進行了創新，成立了藍軍創新事業部。與傳統的紅軍的常規主流產品、大眾市場不同，藍軍的使命就是在于創新特色產品、小眾市場、探索培育未來，作為特種

部隊，更具有靈活性和創新性。在新的產品、新的渠道等方面跟主流部隊紅軍進行博弈，從而推出更加新穎的產品、紅軍沒有做到的市場空白，更加吸引消費者。



商業道德與合規

青啤公司在加快推進公司轉型發展的同時，深入推進全面從嚴治黨，全面落實“兩個責任”，着力加強黨的建設和黨風廉政建設，為公司各項工作的順利開展提供堅強的政治保障和紀律保障。

2017年，通過組織召開黨風廉政專題會、層層簽訂《黨風廉政建設目標責任書》、開展內部巡察、強化紀律審查、打造廉潔生態、加強自身建設等工作，打造了堅強的內部堡壘，促進公司黨風廉政建設取得新成效。

1 2017 黨風廉政建設工作會及黨風廉政建設目標責任書簽署



2 內部巡察及廉政教育



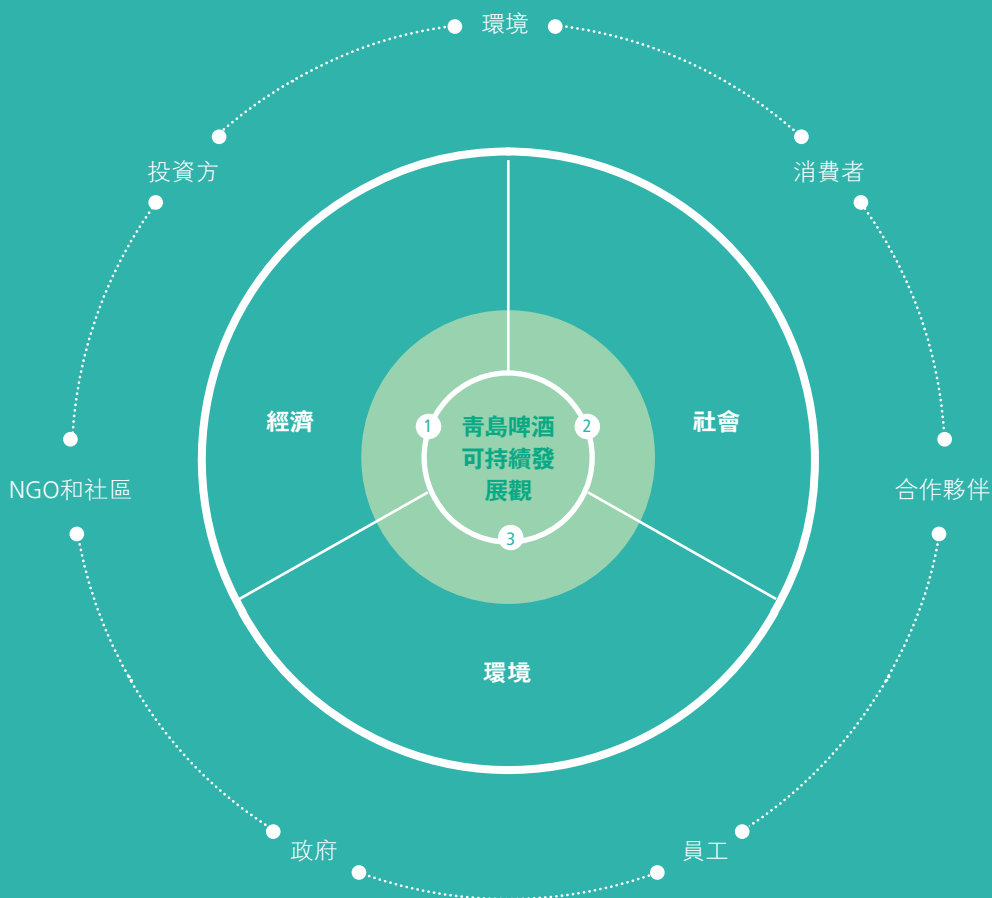
3 黨性教育



4 自身建設



與價值鏈夥伴合作共贏



利益相關方	我們的責任和承諾
消費者	提供安全的、高品質產品和服務
環境	節能降耗、保護水資源、應對氣候變化、發展循環經濟
投資方	穩健運營，提供合理可持續的回報，及時準確對經營狀況和重大事項信息進行披露
員工	提供安全場所、良好的福利待遇，關注他們的健康和職業發展
商業合作夥伴	以誠信為基礎的合作、共同發展
NGO 和社區	為社區和諧發展做出貢獻，積極從事各種公益慈善活動
政府	依法納稅、遵紀守法



114 年 只為釀造好啤酒



樊偉

青島啤酒股份有限公司
副總裁兼制造總裁
總釀酒師



袁波蘭

2017 年度金牌釀酒師
煙臺啤酒青島朝日有限公司
總釀酒師



許永

2017 年度金牌釀酒師
青島啤酒上海鬆江制造有限公司
總釀酒師



魏現雷

2017 年度金牌釀酒師
青島啤酒（廊坊）有限公司
總釀酒師



王孔雲

2017 年度金牌釀酒師
青島啤酒（壽光）有限公司
總釀酒師





貫穿整個供應鏈 的產品管理



樊偉

青島啤酒股份有限公司副總
裁兼制造總裁
總釀酒師

食品安全方針

青啤公司嚴格遵守國際、國家及地方的法律法規要求。針對原料、生產、包裝、貯存、運輸等過程進行全面的危害分析和風險評估，識別出啤酒生產過程中的關鍵控制點進行嚴格管控，從而保證為消費者提供滿意的合格產品。

食品安全戰略管理

運用 ISO22000、HACCP、PAS220、美國 FDA 食品安全管理體系和食品安全防護計劃，建立了覆蓋產品全生命周期的青島啤酒食品安全管理體系。青啤公司把產品的安全控制納入到戰略管理和質量控制的首位，實現了食品安全的閉環式控制過程。同時，建立并完善了食品安全責任追究制度，強化落實食品質量安全主體責任、強調事先預防，防範食品安全問題的發生，充分保障產品質量。



創新食品安全管理

青啤公司建立了從源頭物料、生產過程及物流銷售等產品全生命周期的食品安全管理制度，涵蓋 GMP、生產過程危害分析、食品安全防護管理等 30 多個管理流程。

1

源頭嚴防：建立嚴格的供方質量資格管理，實施嚴密的物料風險監測，切實把好質量第一道關

- 多維度的供方質量管理
- 嚴格按照公司供方質量管理流程實施供方準入管理，對於在資質管理、產品監控、現場審計方面出現問題的供方實行“一票否決”機制
- 嚴密的物料監控體系
- 制定嚴格的抽樣流程，遵循全覆蓋的監控原則，實施靶向性的風險管控，對識別出的風險物料加大監控頻次



2

過程嚴管：所有工廠建立標準化的質量管理體系和模式，有效把關，保證質量和食品安全

- 完善管理紅線，升級評價管理系統
- 完善公司食品安全紅黃牌制度，推進工廠逐項排查、落實、整改；升級食品安全評價工具，借鑒國際先進的安全評級系統，建立覆蓋全生產過程食品安全查核評價工具；完善食品安全事故應急響應、產品撤回（召回）管理制度，加強演練測試
- 優化質控評價體系，確保把關有效
- 推進標準化建設，提昇工廠自主管理能力
- 完善審計制度，保障各項管理制度的落地實施
- 品評管理模式不斷完善，持續推動質量改進，建立品評技能測評制度，實施品評師測評系統，進行第三方測評，推動品評技能提昇。全方位品評把關，覆蓋全生產流程，實施公司、工廠兩級監控

3

產品嚴查：建立健全市場監控評價體系，客觀全面評價產品質量

- 產品監控全覆蓋、多層級，樣品檢測全面評價
- 動態分析市場質量狀況與趨勢，促進產品質量提昇

2017 年國家監督查核未發現違法事件、產品監督抽樣合格率

100%

2017 年公司監督查核未發現紅黃牌事項、產品監督抽樣合格率

100%



金波蘭

2017 年度金牌釀酒師
煙臺啤酒青島朝日有限公司
總釀酒師

獨創“雙疊加三解碼”質量管理模式



許永

2017 年度金牌釀酒師
青島啤酒上海鬆江制造有限公司
總釀酒師

為行業打造和貢獻質量管理新標準

2017 年，進入“中國質量”新時代，青啤獨創“雙疊加三解碼”質量管理模式，重新定義了好啤酒就是“基礎質量 + 特色質量”的雙疊加，獨創“雙疊加三解碼”的質量管理模式，建立了“三層級兩嚴兩全”的質量管理制度，滿足和引領消費者對高品質、多元化、個性化的舌尖需求。

雖然經得起中國國家標準、美國 FDA、歐盟 EC、日本肯定列表等嚴苛檢驗，但在青島啤酒看來，這還不足以定義“高品質”的全部。

在青啤，做到這些只是達到了“基礎質量”，確保了產品的純淨、新鮮、成熟、酒體協調等。但更重要的是，還要有風味特色，要在“特色質量”上勝人一籌。正是基礎質量和特色質量的完美融合，使青啤實現質量躍升。

為了釀造“好啤酒”，青島啤酒通過消費者需求解碼、產品解碼和工藝解碼的“三解碼”路徑，運用“科學加藝術”的手法，用領先技術、實驗驗證等科學方法和感官品評、工匠精神等藝術手段，將消費者模糊的、感性的、個性化的喜好，解碼成精準的、理性的、標準化的工藝技術和生產流程。最終通過“三橫四縱”的七保障系統，讓“憲法式”質量標準成為質量管理模式的落地保障，打造差異化核心競爭力。

質量更加卓越

2017 年，在“質量第一、質量強國”發展理念指引下，青島啤酒與眾多企業一道，成為中國經濟發展的高質量“榜樣”。



中國質量獎
提名獎



金箸獎 2017
中國食品標杆企業



2017 年度質量
標杆企業



2017 全球食品
企業百強榜



十佳品質評選
杰出貢獻獎



.....

科技實力更進一步

- 成功上市 12 款新產品：瓶裝皮爾森、出口皮爾森、出口白啤、出口 Strong、3L 桶白啤原漿、3L 桶普通原漿、1L 桶鮮啤、青島原釀、嶗山玩啤、嶗山玩啤游戲罐、檸檬味 0.00、橙味果飲
- 開展 23 項提高質量、新工藝、新技術、新包裝研究，4 項新技術推廣。開展 10 餘項低成本新技術研究；完成超高濃釀造工藝 27 家工廠推廣應用；持續推進國產墊片瓶蓋推廣應用。完成降低紙箱克重 24 家工廠推廣應用等

- 榮獲國家、省、市、協會科技進步獎等獎項 4 項，申請發明專利 10 項，授權發明專利 6 項
- 承擔 1 項 863 計劃項目；1 項青島市科技計劃項目



魏現雷

2017 年度金牌釀酒師
青島啤酒（廊坊）有限公司
總釀酒師

工匠精神成就卓越品質

質量之魂，存于匠心。青島啤酒的高品質離不開一代代青啤人和釀酒師們的精心釀造，他們在生產一線的每一個環節，用精益求精的工匠精神，演繹了青島啤酒的百年品質傳奇，樹立了“大國工匠”的榜樣力量。

- 青啤品酒師包攬國家品酒技能大賽冠亞軍
- 2017 年 11 月 18 日，“2017 中國技能大賽—‘樂惠杯’第三屆全國啤酒品酒職業技能競賽”在上海揭曉結果。比賽歷時 5 個多月，經全國 31 個省、自治區、直轄市酒協、勞動部門和產業工會組織初賽和推薦，共有來自全國 28 個省、直轄市、自治區的 139 個啤酒生產廠的 226 名選手參加決賽。最終，來自青島啤酒的朱蕾、滿成兩位品酒師不負衆望，獲得這一國家級品酒賽事的冠亞軍

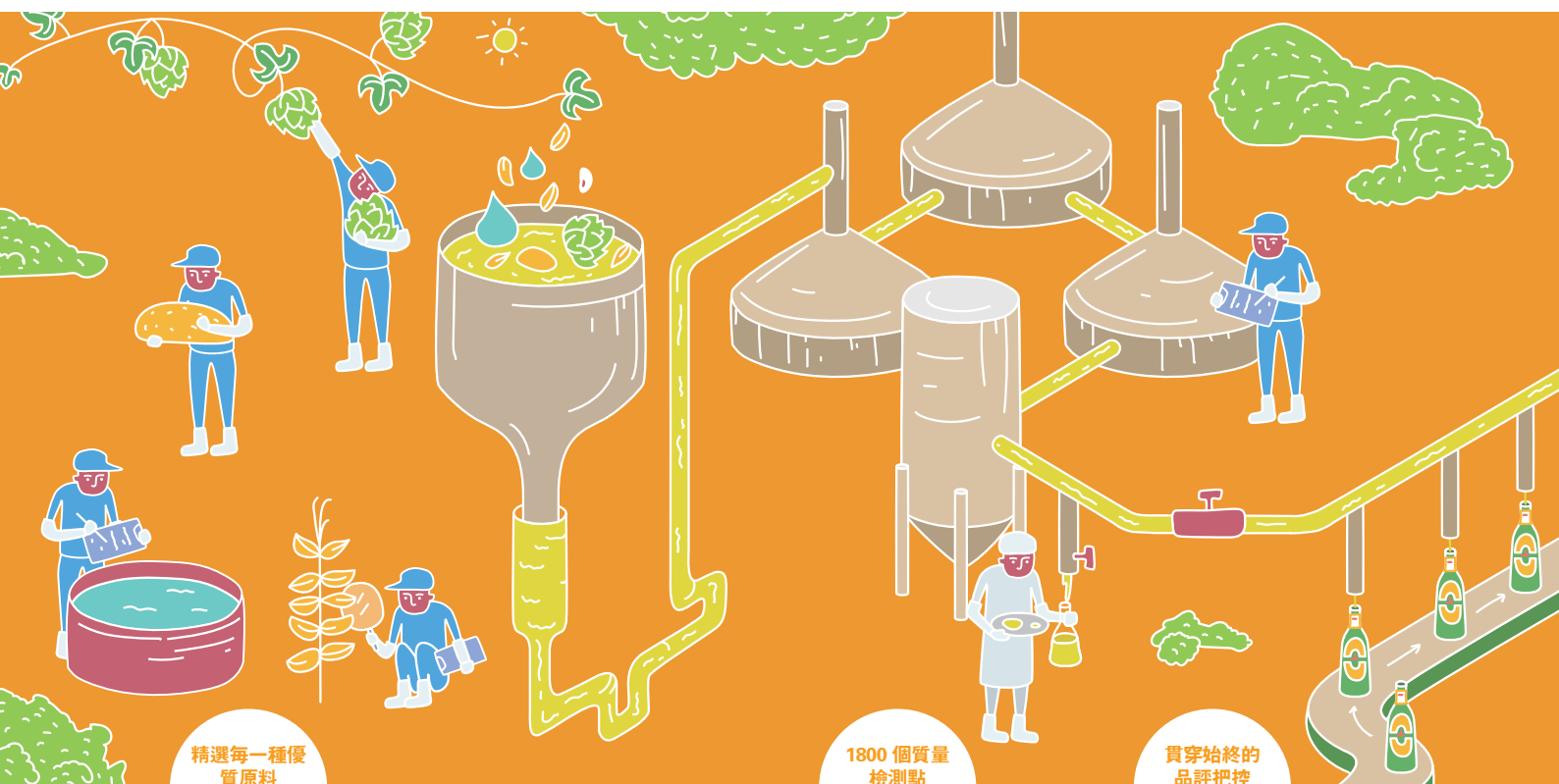


- 匠心制“麥香”獲“振超技能大獎”
- “一次麥芽取樣的分析要經過反復驗證，攻關一個難題要進行上百次的實驗，一切祇為精益求精……”42 歲的青島啤酒二廠釀造部制麥工段長張雲鴻，這位陪伴着大麥一起工作了 23 年的制麥專家，就是在生產一線用專業、專注、專心默默守護青島啤酒高品質的典型代表
- 如今他已成為青啤公司“金藍領”和青島市的專業技能拔尖人才，先後獲得山東省金藍領、青島市首席技師、青島市技能工人先鋒、青島市職業技能大賽的最高獎項——“振超技能大獎”等殊榮

全鏈聯動 建立 “大質量觀” 理念

青島啤酒提出“大質量觀”，建立全員質量管理理念和管理體系。在青啤人看來，質量控制要向產品的上下游進行延伸，建立從設計研發、

原料採購、生產制造、包裝物流到產品銷售的全員質量管理理念和管理體系，從而提高質量管理的系統性和全面性。



- **水**：使用的釀造水經過 7 級處理及 100 多項指標的監控
- **百年酵母**：使用擁有德國純正血統的啤酒酵母，定期統一為所有工廠提供酵母菌種
- **大麥**：精選體型飽滿、色澤光亮的國內外優質大麥，從品種、種植、收穫到運輸、儲存各個環節都有嚴格的檢測程序；對所有麥芽供應商的環保現狀進行評估，並對存在問題供應商的環保缺陷進行及時跟蹤

- **大米**：設立專門種植基地及稻谷專庫，現場取樣，委托第三方進行大米全項檢測；不定期對大米供應商進行飛行檢查；實行基地定制化管理，對種植基地土壤、水、空氣等環境以及稻種、種植、收穫全程進行監控，保證所用大米的安全性
- **酒花**：制定嚴于國家標準的公司酒花內控標準，引領啤酒行業健康發展

- 國際認證的標準化質量控制體系，啤酒生產質量檢測點超過 1800 個
- 統一的質量管理標準，對下屬各工廠質量管理情況進行實時跟蹤與監控
- 建立針對釀造原料和酒液直接接觸材料的第三方食品安全集中監測機制，採購食品安全合規率達到 100%

- 全方位品評體系，貫穿啤酒釀造過程始終
- 所有與酒液直接接觸材料，包括啤酒瓶蓋墊片、刷瓶水等全部納入品評範圍
- 已出廠、在售的青島啤酒，按照規定定期抽樣品評，保證啤酒在貨架期內的質量

每一瓶青島啤酒，都經過 1800 多個關鍵質量控制點，一粒大麥、一顆酒花、甚至一滴水都在青啤人的手

中呵護、優選。品質的堅守，匠心的傳承，為青島啤酒 114 年來的可持續發展提供了源源不斷的内生動力。



- 對經銷商倉庫產品外包裝質量現場查核
- 持續完善產品外包裝評價體系，增加 BSC 考核指標
- 在每批灌裝啤酒前最後一道管路清潔工序要用啤酒衝洗，防止之前清洗管路的殘水進入成品酒液

- 強化物流和流通環節食品安全管控，為消費者提供優質產品
- 推進物流信息化建設，提昇供應鏈效率，遵循“綠色物流”理念，減少物流對環境影響，“像送鮮花一樣送啤酒”
- 通過全面落實庫存管理制度，實現了從銷售環節到物流環節再到客戶的全過程管理，提高產品新鮮度，提昇市場競爭力為消費者提供高品質產品體驗的同時，更提供“輕快供應鏈、送貨上門”的購物體驗

- 一體化垂直管理的客服管理體系，奉行“四個統一、一個滿意”，即：統一管理、統一標準、統一服務、統一理賠和用戶滿意的宗旨，使服務更加專業化、標準化、規範化和精細化
- 打造專業化服務團隊，推進客戶服務運營
- 信息系統功能管理升級，為客戶提供更多服務支持

- 擁有中國釀酒行業唯一的“啤酒生物發酵工程國家重點實驗室”，並獲首批認定中國輕工業重點實驗室
- 是加拿大啤酒大麥技術中心、德國赫爾啤酒花研究所、美國釀造化學家協會、英國國際釀造研究所機構會員；與澳大利亞默多克大學、德國杜門斯啤酒學院、美國酒花技術協會、法麥糧食協會、丹麥諾維信公司、清華大學、江南大學等多家機構開展廣泛的交流和合作
- 舉辦 2017 年中國啤酒生物發酵技術高層論壇，特邀美國釀造化學家協會、德國杜門斯學院等多位專家就國際前沿問題作學術報告

做消費者最喜好的青島啤酒

“

2017 年 9 月，第一財經商業數據中心(CBNDData) (CBNDData) 攜手天貓聯合發佈《中國人的酒杯——2017 天貓酒水消費大數據報告》，以白酒、葡萄酒、啤酒、洋酒、黃酒為主要研究對象，基於阿里巴巴大數據，深入解讀了國民酒水消費背後的趨勢與特徵。數據顯示，在線上首購最受歡迎的啤酒品牌 TOP5 中，青島啤酒高居榜首，是消費者最喜歡購買的啤酒品牌。”

—— 搜狐

《大數據解密網購啤酒
青島啤酒最受歡迎》

2017 年 7 月 28 日，第七屆“消費者最喜好的青島啤酒”品評活動舉行。12 名專業級、國家級評委代表，來自全國各地的 12 位消費者代表、6 位經銷商代表以及青島啤酒公司員工等 40 餘位代表組成“評審團隊”，為青島啤酒產品打分，並依據消費者的意見，選出青島啤酒的年度金牌釀酒師。青島啤酒公司從眾多消費者中甄選 12 位代表，免費提供食宿、機票等，誠邀至青島參觀青島啤酒博物館了解啤酒文化，並進行了專業的啤酒品評培訓。

這些消費者評委和其他評委一起對 77 件青島啤酒樣品進行了分品類、分濃度的逐一現場品評。這些產品全部用帶有序列號的袋子套住，以盲選的方式力求公平公正。並分七批端到“評審員”的面前，每批都對應序列號，由“評審員”品鑒後給這些酒打分，並寫出自己的意見。

他們的意見將對青島啤酒的口味產生重要影響，會成為青島啤酒口味改進和產品創新的重要依據。



國際範

翻譯曹杰

身邊很多外國朋友都愛青島啤酒

通過這次活動了解到啤酒的品類可以有這麼多，像純生、IPA、黑啤、全麥白啤等等，以後會將這麼多好喝的產品跟身邊的朋友進行推薦。

國外朋友來中國時他們都會選擇青島啤酒。曾經有個朋友，剛到國內的時候，他會說的第一個中文就是青島，第二個就是冰的，意思是冰爽的青島啤酒。

時尚範

達人李榜興

最愛啤酒帶來的新鮮、激情、活力感覺

青島啤酒是一個非常時尚的品牌，推出了各種各樣的設計、包裝，非常漂亮、時尚，而且我們身邊的朋友都很喜歡。祇要出去選啤酒，青啤肯定是第一選擇。這次青島啤酒招募消費者評委活動非常好，因為我們相當於參與到一款啤酒的釀制當中，我們給的意見能夠影響啤酒工藝的調整，我覺得非常有意義。



王孔雲

2017 年度金牌釀酒師
青島啤酒（壽光）有限公司
總釀酒師





綠色釀造

作為一家有着 114 年歷史的啤酒生產企業，青島啤酒始終圍繞環保願景和使命，堅守法律法規紅線和底線，不斷推進各項環保措施的有效落地。青島啤酒堅信，環保投入不是成本而是投資，這種投資是企業綠色可持續發展的有力保障，並通過一系列的環保舉措活動號召大家堅守綠色信念，銘記綠色發展，為綠水青山、藍天白雲貢獻自己的力量。

在環保技術改造方面投入額較 2016 年增長

27%

污染物排放達標率

100%

01

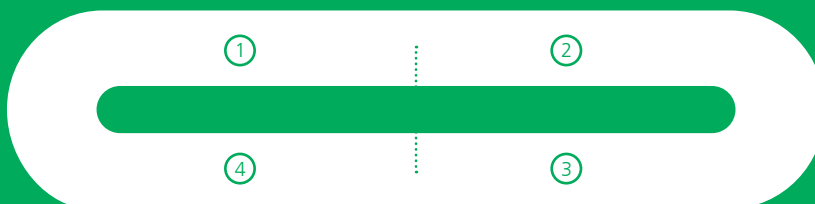
優化管理

①

- 2017 年，公司重點推出實施環保核心查核卡，作為法律法規、文件制度落地的有效工具，體現了“抓重點、補短板、強弱項”的管理思路

②

- 建立公司《環境管理指標體系》，統一公司環境指標管理，便於工廠間橫向比對，工廠自身縱向分析比對



④

- 通過公司生產運營信息平臺及時收集、分析環保指標 200 多項，形成環保日報、周報和月報，辨識異常，橫向比對，及時掌握工廠環保信息

③

- 通過推進標杆管理和六西格瑪管理工具在節能減排方面應用，全面提昇公司能源管理水平

02

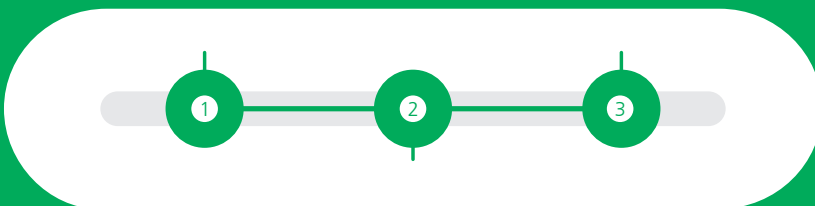
強化環保培訓
提昇環保技能

①

- 開發環保專業課件和環保制度課件，開展污水經濟運行交流、污水運行經驗分享

②

- 召開專業人員的查核卡培訓會
- 舉辦形式多樣的班組會、班前會



③

- 充分利用自媒體手段，實現環保經驗、知識及時共享

03

參與各類環保
公益活動

各級環保志願者組織積極開展不同形式的生態環保志願服務活動、“我為環

境添點綠”主題活動，宣傳環保理念，踐行企業綠色責任。

水資源保護與再利用

● 節約用水

2017 年公司在節水方面重點舉措包括：洗瓶機清水噴淋縮徑與聯鎖控制，水處理反洗水、反滲透濃水回收與再利用，繼續推進釀造用水配比優化、清酒罐連續進酒、冷凝水回收利用改造等 15 項節水技術，進一步降低公司水耗。

● 污水管理與利用

青啤公司污水處理採用精細化管理模式，注重源頭削減和過程控制，採用國內先進的工藝技術，實現污水 100% 達標排放。

目前公司所有生產廠均建有污水處理系統，且穩定達標排放。污水處理系統主要採用“厭氧+好氧”生物法進行處理。其中 UASB+ 活性污泥法、UASB+ 接觸氧化法為主要處理工藝。2017 年青啤公司對瀘州、滕州等工廠進行了污水系統優化升級改造。

單位產品耗水量

3.856 立方米 / 千升

污水達標排放率

100%

2017 年單位產品耗水量
同比 2016 年下降

0.10% ↓



案例

廊坊搬遷項目廢水排放指標設計嚴于《城鎮污水處理廠污染物排放標準》一級 A

排放標準，降低污染物排放；污泥處理採用超高壓板框機處理，降低污泥含水率。



超高壓板框機



案例

新建廠及產量較大的工廠引入了厭氧 IC 或 EGSB 工藝，該工藝具有占地面積小，處理效率高，產沼氣量多等優點。

部分工廠在污水總排口出水之前引入了濕地工藝，既美化了環境，又淨化了水質。



煙臺二廠污水 IC 塔



寶鵬工廠污水濕地園

能源管理與節能技術運用

系統思考、過程控制、提高能源利用效率，打造綠色節能環保企業一直是青啤人的不懈追求。2017 年青島啤酒繼續按照國家節能減排計劃，持續推進節能項目改造和節能新技術的應用，通過全面推進高濃釀造與減

熱工藝，清酒罐連續進酒，殺菌機冷熱平衡等新工藝新技術，同時將總結提煉的 51 項節能技術全面快速推進，取得了顯著的節能效果，單位產品綜合能耗年年大幅下降。

能源消耗及減排效果

單位產品耗煤量

36.42 千克 / 千升

單位產品耗電量

65.03 千瓦時 / 千升

2017 年單位產品耗煤量同比 2016 年下降

5.08%↓



2017 年單位產品綜合能耗同比 2016 年下降

3.79%↓

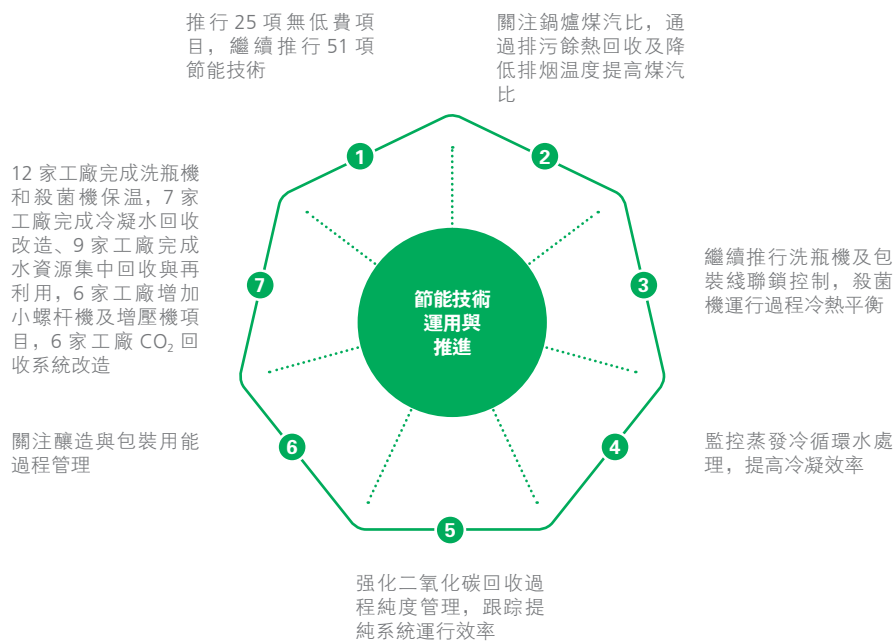


2017 年千升冷麥汁二氧化碳回收量同比 2016 年提高

0.79%↑



節能技術運用與推進



污染物減排及 應對氣候變化

2017 年廢氣污染物排 放減排量分別為

煙塵減排

39 噸

二氧化硫減排

128 噸

公司按照國家環境法律法規、大氣十條等新要求，實施煤改氣、超低排放、脫硝等技術改造，實現廢氣達標和廢氣排放量的減排。

2017 年六家工廠投資 2700 多萬元，淘汰燃煤鍋爐 13 臺，新建天然氣鍋爐 23 臺，積極採用天然氣清潔能源；進行鍋爐超低排放改造和脫硝改造。

排放物種類及相關排放數據

2017 年
廢氣污染物排放
總量分別為



二氧化硫
173 噸

煙塵
225 噸



案例



煙臺二廠超低排放改造



五廠超低排放改造

- 減少碳排放
- 減少碳排放，提昇二氧化碳回收效率，實現二氧化碳零採購，自我循環再利用。



案例

鬆江公司二氧化碳儲罐氣相排雜再回收

- 從 6 月開始，儲罐氣相均控制在 99.99% 以上
- 二氧化碳進罐回收率從 85% 提昇至 90% 以上；按年回收量 5500t 計算，全年可節約 20 餘萬元
- 提昇回收率 5%，即減少二氧化碳氣體排放 280 噸

循環經濟與廢物的資源化利用

廢物的資源化利用：秉承“減量化、再利用、資源化”的 3R 原則，實現資源回收最大化，節約最大化，

利用最大化。2017 年公司產生的副產品及可利用廢物全部回收。綜合利用價值較 2016 年同期提昇 8.9%。

● 危險廢物管理措施

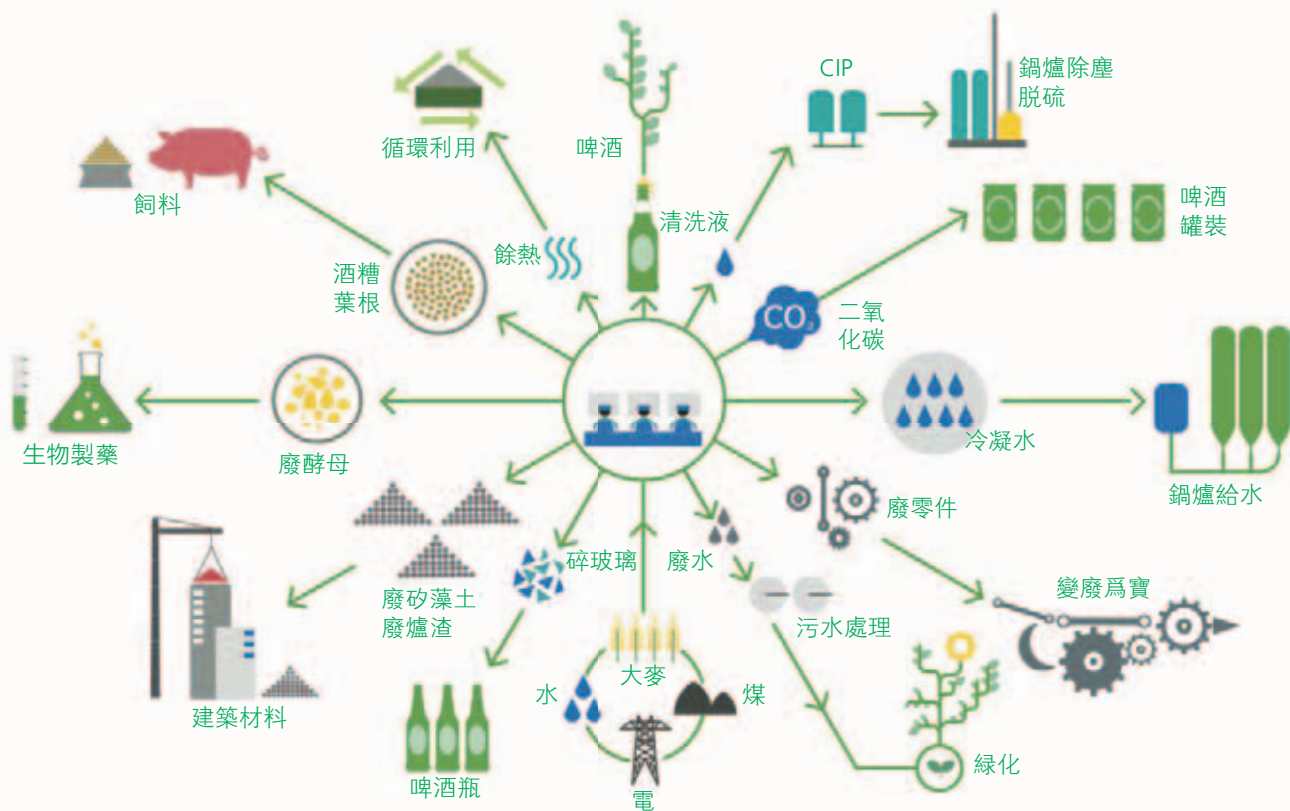
- 委托有資質的危險廢物處理公司對啤酒生產廠產生的危廢進行無害化處置
- 樹立危廢管理標杆，執行國家《危險廢物規範化管理指標體系》要求，危廢管理不斷標準化、無害化、減量化

● 危險廢物減量化措施

- 源頭削減，通過不斷替換有害物質的使用減少危險廢物的產生，如含汞燈管替換成 LED 節能燈、化學品包裝容器清洗後重複使用等方式不斷減少危險廢棄物的產生

● 一般固廢管理方法

- 公司確定固廢“五定”管理標準，定專人、定位置、定時間、定措施、定頻次
- 不可利用固體廢棄物委托有資質的第三方進行處置
- 可利用固廢，遵循“3R”原則，採取綜合利用、循環利用等措施減少固廢產生量，污泥、廢硅藻土用于肥料；對廢酵母深度利用，不斷提高其附加值



愛護環境爭做 綠色先鋒

2015 年 6 月，青島啤酒公司率先在行業內成立了“環保志願者聯盟”。經過兩年的發展，已由最初的 2000 名成員壯大到 1 萬餘人。各單位的環保志願者們開展了豐富多樣的環保活動：低碳騎行、環保理念宣傳、植樹造林、健步行、保護水源地、全

員清潔、以舊換新、走進社區、廢物利用、環保創意活動等 1000 餘次環保活動，有效地促進了環保理念的廣泛傳播，打造了一條條靚麗的環保風景綫。不僅將青島啤酒的環保精神傳播到世界各地，也受到廣大朋友的認可和點贊。



青島啤酒廠環保志願者們積極參加了青島市“讓大海更加蔚藍 - 保護環境，清潔海洋”活動



黃石工廠開展環保植樹活動



西安公司碧水藍天親子體驗活動

6月5日，青島啤酒公司在青啤二廠舉行“六·五”環境日宣傳紀念活動暨萬人護綠大行動啓動儀式，300多名“藍天衛士”在青啤環保旗的引領下，走近張村河，為這條城市生態河流“護綠洗臉”。與此同時青島啤酒遍布全國各地60多家工廠的近萬名職工，也紛紛走上街頭同步開展萬人護綠活動。



珠海公司美化廠區活動



濰州公司環保志願者走上街頭清掃衛生



青島啤酒二廠環保志願者上街發放環保宣傳材料



關愛社會

作為新時代的企業，青島啤酒以“責任引領”可持續發展，更加注重經濟效益和社會效益的平衡：一直關注理性飲酒、關愛環境，在全國各地的工廠開展萬人護綠行動、設立關愛基金扶貧濟弱、弘揚正能量設立青啤好人獎，鼓勵員工見義勇為、樂於助人、敬老愛親等，為員工、消費者、利益相關方、整個社會盡到企業的責任，展現了中國品牌的責任和擔當。





倡導理性飲酒—— 我們更關注 您的健康

我們的主張 不宜飲酒人群

- 1 未成年人不宜飲酒，並進行禁止飲酒教育
- 2 孕產婦要避免飲酒，母乳喂養不能飲酒
- 3 駕駛者要杜絕酒後駕車，不乘坐酒後司機駕駛的車輛
- 4 病人在醫療期間應避免飲酒
- 5 不要無節制地飲酒，適量飲用，避免空腹飲酒

我們的行動 健康飲酒生活

- 1 產品標識“過量飲酒，有害健康”
- 2 宣傳“開車不飲酒”公益口號
- 3 開發生產低酒精度、低熱量產品
- 4 開展倡導理性飲酒知識宣傳
- 5 公司網站入口設置友情提示

作為“酒與社會責任促進聯盟”的輪值主席單位，青島啤酒始終主張並踐行理性飲酒的社會責任，倡導“適量飲酒 快樂生活”。2017年10月20日-10月27日是全國理性飲酒宣傳周，青島啤酒積極參與理性飲酒宣

傳推廣，通過張貼、發放宣傳單頁，倡導“適量飲酒 快樂生活”的理性飲酒理念；借助青啤博物館、純生之旅等工業旅游項目，向前來參觀的社區居民、游客倡導理性飲酒，讓健康與快樂同在……





“弘揚時代 正能量”首設 “青啤好人獎”

2017 年 12 月 6 日下午，2017 青啤員工文化藝術節暨“青啤好人獎”發布儀式舉行，來自青島啤酒全國各地的 50 多家單位的一線員工參加了文藝匯演，“青啤好人獎”包括“助人為樂好人”、“見義勇為好人”、“誠實守信好人”、“孝老愛親好人”。

“青啤好人獎”的首次設立，旨在大力推進青啤公司的企業文化建設落地，進一步弘揚社會正氣，踐行青啤員工“好人釀好酒”的莊嚴承諾，展現和表彰企業在發展過程中涌現出來的一系列青啤人的英模品質和好人好事，推動在全公司形成“發現好人、推薦好人、崇尚好人、爭做好人”的良好風尚。



案例

- 2017 年 7 月，青島啤酒（郴州）公司生產部黨員前往革命事迹陳列館開展紅色教育的路上，行至杭溪峽谷時，遇到一名女子不慎墜落至 4 米深潭，何軍想都沒想，果斷地縱身跳入深潭救人
- 7 月 16 日，青啤質控部員工潘綱携家人外出游玩，在古城沱江發現一名游客正在拼命掙扎，越漂越遠。萬分危急之際，潘綱顧不得多想直接跳進沱江中去營救落水者。并在其他人合力幫忙，成功把落水游客救到了岸邊
- 7 月 19 日凌晨 5 點半，宿遷公司工程部長徐其明與家人一起像往常一樣跑步晨練，當路經宿遷城區古黃河邊時，祇見一位 30 多歲的女子已沒入水中，兩手在水面不停

地掙扎，情況十分危急。徐其明來不及解開腰帶上裝有小型錄音機的腰包，直接跳入水中，游向女子，奮力拉住輕生女子的手將其拖向岸邊

- 揚州公司安環部員工葉聖成功制止一起電瓶車電瓶偷盜事件。面對手持凶器的偷盜者，他冷靜處置，勇敢面對，用實際行動弘揚了警衛班正氣，保護員工財物未受損失
- 在青島，提起“青啤托舉哥”段廣智，很多市民都耳熟能詳，那個驚險鏡頭依舊歷歷在目：一個 3 歲大的男孩哇哇大哭，頭部卡在 4 樓窗外防盜網的兩條支架中間，瘦小的身體搖搖欲墜。50 多歲的青啤五廠員工段廣智爬上 3 樓窗臺，祇手托起 4 樓懸掛在防盜窗上的 3 歲娃娃，直至孩子獲救

關愛社會—— 我們在您的身邊

近年來，公司積極響應中央精準扶貧的號召，主動承擔社會責任，以實際行動服務、回報社會。2016 年，作為青島市市直企業幫扶小組成員，公司與青島市平度市大澤山鎮建立對口扶貧關係。2017 年公司項目小組多次實地調研、考察，進一步探討幫扶計劃和方案，並在春節期間，前往貧困戶進行了走訪慰問。2018 年，公司將向該地區對口扶貧項目投入約計 500 萬元。

2017 年公司向雲南普洱貧困兒童捐款 10 萬元；完成“青島啤酒北川娃十年共成長”圓夢公益基金，第四年成長基金的發放；完成向青島市殘疾人捐款 10 萬元。公司各單位員工開展愛心志願者活動 37 次 3791 人次，其中志願獻血活動、志願環保活動、志願陪伴活動、志願捐助冬衣活動已成為大多數單位常規工作。

在熱心教育事業上，從 1996 年，青啤公司就開始設立“青啤 - 青島大學獎學金”，用于獎勵優秀學生，扶助貧困學生；2005 年，又設立了“青啤優秀園丁獎”，獎勵一線優秀教師。這些獎項的設立，充分體現了青島啤酒心系教育事業、關心人才培養的一貫理念；體現了青島啤酒作為一個具社會責任感的企業，感恩、回饋社會的一貫宗旨，也為在全社會範圍內倡導尊師重教的氛圍，起到了良好的促進作用。



案例

成立島城首個企業流動血庫

為應對因為冬季寒冷天氣造成的用血緊張，青島市中心血站啟動了 2018 年“熱血多米諾”大型無償獻血公益接力活動。第二站來到了青島啤酒集團，零下 10 度的冷風並未阻擋職工們獻血的熱情，近百名愛心職工來到獻血車上獻血 2.22 萬毫升。

青島啤酒集團成立了“青島啤酒愛心流動血庫”，這是青島市企業單位的第一個流動血庫，以後每當出現急需用血情況時，這支隊伍“招之能來，來之能獻，獻之能用”，成為一支保障血液充足的應急梯隊。

傳遞歡聚幫助未歸人回家

2018 年春節期間，青島啤酒與中國志願服務基金會合作，以一組暖心海報發起了“送歸家裏程”的愛心公益活動。此次青島啤酒將京東的旗艦店改造成了“暖心歡聚吧”，參與活動期間的消費者可以得到青啤為他們未歸家人送出的 4 份愛心裏程，青島啤酒把這些愛心裏程換算成真實的返家裏程，幫助未歸人回家過年，與家人共團聚。

贊助體育、文化活動 ——弘揚積極向上的 時代精神

品牌的核心是文化與價值觀，品牌精神始終與時代精神形神合一。青島啤酒積極贊助體育賽事、參與社會人文活動，不僅鑄就着新時代的品牌核心，更倡導着拼搏、奮進、激情、人文的時代主旋律。

2017年，青島啤酒在體育營銷、音樂營銷的同時更加重視粉絲互動：贊助中超、亞冠、CBA 聯賽、首屆青島國際馬拉鬆賽事；舉辦 TS919 純生鮮活寶貝挑戰賽、海陸空啤酒節、大學生音樂節等體育和音樂賽事，弘揚積極向上的時代精神。

① “罐名” 2017 青島馬拉鬆



② 崂山啤酒繼續牽手 CBA，將“喝伙人聯盟”帶到了賽場內外



③ 攜手亞冠聯賽



④ 獨家冠名純生鮮活寶貝 TS919 挑戰賽，鼓勵每個人去追逐與實現“鮮活人生”的夢想



⑤ 崂山啤酒進入“超時代”，成為中超聯賽的官方合作伙伴



⑥ 贊助大學生音樂節，一場有“啤氣”的音樂盛宴





昆山公司員工為山區孩子獻愛心



廊坊公司慰問福源老年公寓

我們的志願者服務隊



綠蘭莎公司愛心志願者參與公益環城跑，為特困（大病）青少年籌款



青島啤酒廠愛心志願者端午節為社區孤寡老人包粽子



洛陽公司走進宜陽縣尋村鎮黃瑤小學慰問



壽光公司舉辦一年一度的“金秋助學”活動，為員工升學子女發放獎學金



鞍山公司為受災岫岩地區捐款



菏澤公司向一線執勤交警送去遮陽傘



青啤二廠員工參加青島國際馬拉松賽，現場為參賽選手提供志願服務



寶雞公司為西山孫家村小學獻愛心



和諧價值鏈

青島啤酒“以機制激活人力資源”，秉承“合適的人幹合適的事”的人才觀，根據公司的發展和員工的特長來進行“人崗適配”。多年來公司致力於人才梯隊建設、儲備人才的培養，為其提供豐富的職業培訓和廣闊的發展機會，讓每一位員工快樂工作、快速成長，把青島啤酒的高品質與快樂傳遞給全球消費者。

同時，青島啤酒也不忘以一顆感恩的心對待上下游合作伙伴的鼎力支持，力求與每一位合作伙伴“共盈、共贏、共榮”。





讓員工安全、健康、快樂的工作

2017年公司以法律法規為底綫，以建立應用核心查核卡為手段，持續開展“我的安全我做主”主題活動，提昇全員意識，培養專業隊伍，熟練運用新工具新方法，持續提昇安全績效，支持公司健康發展。

公司全年未發生重傷及以上安全責任事故，損失工作日工傷同比降低 78%。公司連續 10 年獲得山東省安全生產先進單位的稱號，各單位獲得各項安全榮譽表彰 51 項，其中省級表彰 7 項，市級表彰 28 項。

全面落實主體責任，我的安全我做主

● 強化安全管理責任落實

- 形成以各級“一把手”為第一責任人的安全生產責任制，充分發揮有系統、分層次的體系保證作用，做到一崗雙責、人人負責、失職追責，切實落實主體責任

● 持續開展“我的安全我做主”主題活動

- 舉辦總裁安全公開課；各單位開展了安全承諾、安全宣誓、親情寄語、演講比賽、漫畫、徵文等豐富多彩的文化活動，提高全員安全意識

- 組織開展多種形式的安全教育培訓，累計全員人均培訓 42 學時，遠超國家全年人均培訓 8 學時的標準要求

- 發布《班組安全管理標準化建設推進方案》，啟動“班組安全管理標準化建設”活動，在責任制落實、制度建設、現場管理、文化建設等 9 個方面開展達標建設工作，進行安全管理標杆班組評選，評選出安全管理標杆班組 12 個

- 開展各項應急預案演練，強調實戰性，增加夜間演練等形式，累計演練 1519 次



青啤四廠員工在安全生產月主題看板上簽字



揭陽公司多次開展“居安思危”應急演練活動，進行蒙眼操作

持續完善 安全管理體系

- 發布安全管理最高綱領
- 發布了以“願景、使命、方針、主張、價值觀、禁令、流程制度、核心查核卡”為主的公司安全管理最高綱領，形成了完整的管理體系
- 優化流程制度，更實用，更好用
- 建立流程制度優化計劃，主動徵集工廠文件試運行反饋意見，針對在實際運行中發現的問題，不斷改進；完成《氨系統安全管理規定》等 9 個文件的修訂完善

- 先進管理工具持續落地
- **BBS 推進：**
 - 64 家工廠全部完成 BBS 管理工具的推進，每家工廠完成講師 2 人、觀察師 20 人的標準配置要求，安全意識比率由 72% 上升至 86%，提高 14 個百分點
- **JSEA 推進：**
 - 形成一套高風險作業的工作標準，作業前開展 JSEA 分析，有效控制消除作業過程中的風險，並現場拍照存檔

聚焦管理重點，防範主要風險， 建立安全環保核心查核卡

- 形成了一整套 4 層級的安全環保核心查核卡，其中安全核心查核卡 22 個，1051 個評價細則，總分 2450 分
- 確定了借鑒 ISRS 思路、盯重點、抓落地的核心查核卡思路

安全環保核心查核卡形成了一整套

4 層級

其中安全核心查核卡

22 個

評價細則

1051 個



珠海公司開展安全培訓

保障員工權益 關注員工健康

僱傭平等合規

- 青島啤酒現有員工四萬多人，在用工方面堅持平等僱傭原則，不因其民族、國籍、性別、宗教、年齡、政治派別、婚姻狀況等社會身份而影響其錄用
- 堅持公開僱傭原則，招聘信息均通過公開渠道進行發布並進行人員招募
- 所有業務均禁止僱傭童工和強迫或強制勞工，不允許有童工在任何工作場所工作
- 2017 年青啤公司未發現任何業務存在僱傭童工或使用強迫或強制勞工的重大風險
- 2011-2017 年青啤公司連續七年榮獲“中國年度最佳雇主”稱號

公平合理的薪酬與福利

- 嚴格遵守國家和省市相關規定，員工享有帶薪休假、產假病假休息、定期體檢、健康培訓等權益
- 為員工提供了完善的社會福利與保障體系
- 以業績為考量因素，堅持基於企業成長的員工收入分享機制，基於效率、效益的投入產出的工資增長管理模式

保障平等權益 加強員工交流

青啤公司嚴格遵守法律法規要求，尊重員工權利和意願，通過職代会、廠務公開、民主管理、員工社區、微信公眾號、內部刊物、制度保障等多項載體加強與員工的溝通交流，完善員工關係管理體系，確保了員工權益的有效保障。

- 每年工會組織召開公司職代会，解答員工提案，切實保障員工的知情權、參與權和監督權；深化廠務公開工作，持續改善一線員工工作環境，開展職業健康教育，落實企業民主管理
- 搭建“兼職員工溝通輔導員”隊伍，認證工廠累計覆蓋率 100%
- 借助新媒體，先後開通員工輔導中心和企業文化微信平臺、網上管理學院微信移動課堂等，在員工關愛、培訓信息推送、微課程學習、培訓調研、在線考試等方面進行創新
- 各單位通過開展豐富多彩的員工文化活動，增強員工之間的凝聚力和向心力

專項撥款 關愛員工

- 實施十項員工“普惠工程”計劃
- 看望生病員工及家屬 347 人次，慰問品慰問金累計 22.9 萬元
- 青啤員工“關愛基金”救助大病員工 17 人次，共累計 382941 元，接受 60 多家單位員工捐款 783257.74 元
- 對青島本埠各單位提報的 174 位特困員工及外派員工開展送溫暖活動，共計發放慰問品及慰問金 15.7 萬餘元
- 慰問生病、困難、特殊員工、外派員工及家屬；為一線員工夏日送清涼；發放員工慰問品、慰問金等
- 打造本埠工廠樣板服務站；設立“愛心媽媽小屋”，為孕期、哺乳期女員工提供關愛服務；打造工會“一站一屋”職工服務新模式
- 發放“工會會員服務卡”，為員工提供生活便利



青啤公司 EAP 積極心理建設與高效領導力培訓

雇主品牌建設

2017 年，青島啤酒在雇主文化、雇主環境、雇主形象、培訓發展、大學生中的影響力等方面獲得多家人力資源專業機構認可，榮獲多個獎項。



- 1 2017 中國年度最佳雇主
- 2 2017 年度中國典範雇主
- 3 第十五屆中國大學生最佳雇主快消零售行業 top15
- 4 2017 年度華北地區非常雇主

我們幫助員工 快速成長

優選“金牌技能專家”

28名

● 持續推進全員能力建設

- 2017年圍繞在崗員工履職能力提昇以及儲備梯隊人才培養，持續推進全員能力建設，公司各基層單位1903學校、純生學校、保全學校、學習共享匯、Tsingtao書院等

學習組織建設遍地開花；營銷、制造實訓基地，訓練營、崗位大練兵、技能大賽、微課大賽為各類員工搭建了成長的平臺。

● “釀造”人才 選拔技能明星

- 2017年完善金牌技能專家人才選拔、使用、激勵和動態管理機制，在糖化、發酵、過濾、裝酒、貼標、全包和PLC七個制造工廠核心崗位選拔了28名金牌技能專家，打造技能類人才明星。評選出的金牌技能專家將作為技術幫扶、項目攻關、專業講師、課程開發、梯隊人才培養的核心力量
- 2017年建立公司PLC實訓基地，2名金牌技能專家擔任PLC專業講師

● 打造“營銷戰狼團隊”

- 2017年持續營造“比、學、趕、超”的競爭氛圍，激發員工潛能與鬥志，全年共頒發戰狼榮譽戰區31個、戰狼獎杯86個、戰狼榮譽先鋒戰旗1244個；戰狼獎章7928人次，其中：大區經理1019人次、辦事處經理1329人次、業務代表5580人次
- 2017年舉辦“經營訓練營戰狼榮譽班”，入選學員皆為獲得6枚以上戰狼榮譽獎章的一線大區經理，為他們注入新的能量與動力



與商業伙伴 共盈、共贏、 共榮

青島啤酒倡導“合作共贏，義中取利”的供應鏈管理理念，力求與合作伙伴共同實現基業長青。

全力幫助供應商

2017 年，我們與供應商伙伴通過科學有效的信息溝通，提供改善雙方質量、服務、管理和成本的機會，

同時提高效率、降低能耗，將對環境的影響降到最低，打造了一條綠色的產業鏈。

● 環保支持

公司主動對供應商進行調研排查，通過審計交流等方式，要求供應商自我加壓，進行環保設施改造，先後對紙箱、商標、瓶蓋、易拉罐等供應商進行監督，提高了供應商環保水平，也保證了物料供應

● 新瓶商已全部達標排放，並逐步使用天然氣等清潔能源，減少污染物排放。同時為了促進供應商的改進意願，青啤公司主動承擔了啤酒瓶企業環保成本增長帶來的採購成本增加

● 啤酒瓶供應商不斷通過技術創新提高效率、降低成本。如調整工藝，提高密爐出料量，改造三滴行列機，制瓶速度提高 30% 以上；提高生產控制精細度，達到輕量化瓶制瓶要求

● 玻璃廠積極開展清潔生產和循環經濟，不斷提高環境管理水平。生產過程中玻璃清潔用水、瓶模冷卻用水和除塵脫硫用水循環使用，做到零排放。物料堆場採取封閉、遮蓋等措施防止揚塵污染

● 資金支持 技術交流

● 2017 年通過淡季存 15800 萬紙瓶對供應商提供資金支持，保證供應商安全度過庫存期，保持企業正常運轉，支持旺季安全供應

● 通過技術交流、現場技術指導，幫助供應商提昇管理水平。財務公司提供票據貼現，支持供方資金周轉

● 針對紙箱供應商資金緊張的現狀，公司幾次提前支付部分應付賬款，累計達 2 億元，幫助供應商解決資金困難。

2017 年，對供應商提供資金支持通過淡季存

15800 萬紙瓶

幫助供應商解決資金困難
累計達

2 億元



與供應商合作共贏

真心扶持經銷商

青島啤酒充分尊重和認可每一家經銷商，我們希望和經銷商朋友一起，在發展的過程中共同成長，實現共創、共享和共贏。

● 推行經銷商聯合生意計劃

- 推動廠商協同和戰略經銷商運營能力不斷提昇

● 加強與經銷商的溝通，鼓勵經銷商積極進取

- 召開青島啤酒金鷹會 2017 年度會議

● 開展實施經銷商培訓

- 組織開展兩期“經銷商共贏班專題培訓”，加強業務團隊與經銷商之間的最佳實踐交流，有效提高經銷商的經營意識和市場專業運作能力

與經銷商合作共贏



2017 年榮譽

類別	獎項名稱
品牌、公司形象類	最具競爭力企業
	2017年度質量標杆企業
	2017中國酒業十大文化影響力品牌
	入選2017年（第十四屆）《中國500最具價值品牌》排行榜 品牌價值1297.62億元
	入選“2017全球食品企業百強榜”
	榮膺“2017中國年度影響力品牌”
	最受贊賞公司（12度榮膺）
	中國最受尊敬企業（14度榮膺）
	2017亞洲品牌500強
	2017年度中國品牌獎
	2017年度中國酒業品牌50強
	入選山東省首屆“厚道魯商”品牌形象榜
	在線上首購最受歡迎的啤酒品牌TOP5中，青島啤酒高居榜首 是消費者最喜歡購買的啤酒品牌
	2017企業大數據傳播創新獎
創新、產品類	十佳品質評選杰出貢獻獎
	金箸獎2017中國食品標杆企業
	“青島啤酒全球舉杯共分享”獲得“年度創新案例獎”
資本市場及社會責任類	2016改變中國的企業樣板之口碑銷售企業獎
	2017中國年度最佳雇主、年度中國典範雇主
	榮獲“最佳市值管理中國酒業上市公司獎”

第三方評價

報告評價

2017年，我國啤酒產量依舊呈下滑態勢，但行業復蘇景象越發明顯。隨着消費升級，企業在產品結構、營銷渠道、品牌形象、消費互動等方面進行了深度調整，主要體現在品類創新、去低端產能、擁抱新零售等。2017年的深度調整使許多企業的營收和利潤實現了雙豐收，為企業後續發展積蓄了能量。2018年是啤酒行業調整的關鍵年，同樣面臨着諸多風險，如消費粘性下降、品類消費文化薄弱、原料供應系統性風險等方面都將是未來企業發展需要關注的焦點。

從《青島啤酒股份有限公司2017環境、社會及管治報告》（下稱《報告》）可以看出，2017年青島啤酒面對原料、包材和人力等因素成本上漲的多重壓力，積極調整發展戰略，堅信“工匠精神生金”，擁抱消費者主權時代，緊緊抓住“創新”主線，在質量管理、新技術、新渠道、新模式上不斷創新，以創新求發展。為了釀造高品質啤酒，獨創“雙疊加三解碼”質量管理模式，將質量管理的目標從滿足“高標準”轉向滿足“高需求”，讓質量標準成為質量管理模式的落地保障，打造差异化核心競爭力。

青島啤酒還通過環境保護、倡導理性飲酒、精準扶貧、社會公益、弘揚社會正能量等各項工作，不斷提昇企業的社會責任。相信青島啤酒一定能夠借助質量優勢、品牌優勢、技術優勢、管理優勢、市場優勢、團隊優勢肩負起新時代的新責任，打造國內啤酒製造業新高度，將中國品牌推向世界巔峰。

報告建議

消費升級帶來產品升級機會，一味追求市場份額的時代已經過去，多元化、個性化的消費時代已經來臨，企業也應借此機會積極培育中國啤酒品類消費文化。而要建立中國獨有的消費文化，就必須在生產中精益求精，苛求完美，在持續的品質和口碑中，凝聚和積澱中國啤酒品類的優勢文化。

建議青島啤酒將技術創新和傳播品類優勢文化有機結合，積極培育啤酒新品類、新場景、新文化，樹立“大國工匠”的榜樣力量，釀造出備受消費者喜愛的啤酒。同時肩負起民族品牌的擔當與責任，持續推動民族品牌國際化，進一步提昇中國啤酒行業國際形象和地位。

—— 中國酒業協會啤酒分會



您的反饋

尊敬的讀者，您好！

非常感謝您閱讀了《青島啤酒股份有限公司 2017 年環境、社會及管治報告》。如果您對本報告有任何建議和意見，請您填寫下面的意見反饋表，通過郵寄、傳真或電子郵件發給我們。對於您的寶貴意見，我們致以深深的謝意！

姓名： 單位：
 聯繫電話： 電子郵箱：

您認為哪些章節為您提供了重要信息？

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1 “前言” 部分 | ☐ |
| 2 “114 年祇為釀造好啤酒” 部分 | ☐ |
| 3 “綠色釀造” 部分 | ☐ |
| 4 “關愛社會” 部分 | ☐ |
| 5 “和諧價值鏈” 部分 | ☐ |
| 6 “2017 年榮譽等” 部分 | ☐ |



您如何評價本報告？

請與我們聯系：

地址：中國山東省青島市市南區香港中路五四廣場青啤大廈公共關係管理總部
266071

電話：0532-85785641

傳真：0532-85720051

電子郵件：

zhutt@tsingtao.com.cn

	好	一般	不好
· 可讀性	☐	☐	☐
· 中肯性	☐	☐	☐
· 排版設計	☐	☐	☐
· 總體印象	☐	☐	☐

您對我們下一年度報告的建議？