

可持續發展報告

2023



分享信任

01

四十不惑 接续奋进新征程

责任故事
同饮一江水 共话一家情

坚持党建引领航	022
完善公司治理	024
强化风险管控	026
遵守商业道德	027
深化国企改革	029
中小企业纾困	029

02

初心不改 匠心铸就点滴美好

责任故事
每一次上新 都是对你我的上心

打造健康产品	036
强化创新驱动	036
加强质量管理	039
保障客户权益	041
提供优质服务	041
倡导可持续消费	043
强化责任营销	043
保护知识产权	043

03

向绿而行 共享低碳新生活

责任故事
无论你怎么变 都是我的宝贝

完善环境管理	052
优化资源利用	054
强化排放管控	056
开展降碳行动	057
强化水资源管理	059
打造绿色运营模式	060
加强生态保护治理	063

04

信任相伴 双向奔赴成就彼此

责任故事
增资扩产提效能
华润饮料跑出高质量发展“加速度”

深化战略合作	070
助力行业发展	072
强化媒体关系	073
规范供应链管理	075

05

暖心陪伴 携手打造幸福职场

责任故事
未来已至 美好起航

保障基本权益	084
完善薪酬福利体系	085
拓宽人才发展途径	086
重视员工职业健康	088
关心关爱员工	089
丰富员工生活	091

同你共我 40 再出发	002
报告导读	005
走进华润饮料	006
2023 大事记	012

06

分享美好 传递温暖正能量

责任故事
240 所乡村公益图书馆的
力量与藏在歌声里的“美好”

安全文化建设	100
驰援救灾救助	102
助力大众体育健康	104
助力乡村振兴	106
开展公益活动	109

可持续发展管理	110
展望 2024	115
附录	116



同你共我 40 再出发

岁序更替，华章日新。2024 年，恰逢华润饮料成立 40 年，也是公司发展历程中具有里程碑意义的一年。40 年来，我们始终与股东、客户、员工、合作伙伴等利益相关方携手共进，全面践行可持续发展理念。在履行好经济责任的同时，不懈追求与环境、社会的可持续发展。这份报告是华润饮料连续发布的第 11 份独立的可持续发展报告，报告中凝结了我们可持续发展的意愿、行动和成果。

过去的一年，华润饮料面对复杂多变的宏观环境和日趋激烈的市场竞争，我们始终牢记“引领行业发展，为大众提供安全、健康、美好的生活体验”的使命，以华润集团“1246”模式为引领，着力加强经营管理，稳步推进改革创新，坚定服务国家战略，积极履行企业责任，精耕细作，决胜终端，各项工作“稳”中向好，“进”中提质。

凝心聚力，稳步推进高质量发展

华润饮料坚定不移深耕即饮软饮市场，经过 40 年发展，根据灼识咨询报告，按零售额计，我们已成为国内最大的饮用纯净水企业和第二大包装饮用水企业。在中国前五大即饮软饮企业（以 2023 年零售额计）中，我们的零售额增速及净利润增速（以 2021 年至 2023 年的复合增长率计）均排名第二。2023 年我们紧抓国有企业改革机遇，全面贯彻落实党委和顶层的决策及部署，坚持执行完善公司治理结构、优化产业布局、激发组织效率、健全市场化机制等举措，全年经营业绩达成预期，稳步迈向“十四五”全面高质量发展的奋进之路。

创新驱动，持续赋能美好生活

持之以恒的转型创新是华润饮料 40 年发展的内生动力，更是引领未来发展的前进方向。面对行业变化、市场需求变化以及高质量发展目标的要求，华润饮料持续深挖市场增长潜力，不断以数字化和先进技术赋能产品生产与管理，加快培育发展新动能，奋力打造全新增长曲线。2023 年我们扩建研发实验室，新增茶研究室、咖啡研究室、感官研究室，有效增强饮料开发能力；上线物流信息管理系统（TMS），实现物流全过程信息化管理，驱动智能化运营；华润饮料全家福再添新成员，上新橙橙假日、柠檬茶、“本优”天然矿泉水等产品，产品组合日益丰富，不断夯实“一超多强”的多品类战略发展格局，截至 2024 年 4 月 15 日，华润饮料拥有 13 大品牌，56 个

SKU，不断满足消费者多元化需求；探索新式营销方法，加大品牌推广力度，引入抖音、天猫、京东等头部平台与线下蜜蜂店渠道，共谋销售发展。

聚焦“双碳”，加快绿色转型步伐

华润饮料积极响应“双碳”战略，贯彻落实碳达峰行动方案，将绿色融入到企业经营发展的全过程。不断完善“碳管理体系”，全面梳理碳排放数据，进行碳足迹评估，全年由可再生能源用电减少的温室气体排放量为 2,520.83 吨二氧化碳当量；不断完善工艺技术，推行瓶型优化和套标改贴标，提升产线现代化、绿色化水平；发展绿色能源，推进自有工厂分布式光伏发电项目的建设，提高绿色电力占比；正式启动“宝贝重塑计划”，通过多元形式和丰富活动，让广大市民亲身参与、体验塑料再生利用，沉浸式感受循环再生的魅力，树立“可持续再生”的生活新风尚。

双向奔赴，携手成就辉煌梦想

华润饮料坚持互利共赢，努力构建高质量发展生态圈。深入开展在港业务，加强两地间的经济互动合作，持续践行慈善公益，全力支持粤港澳大湾区建设；秉承互利共赢的理念，广泛开展合作，与清华大学深圳国际研究生院成立微生物控制与应用技术联合研究中心，助力高质量饮品的开发，参与多项国家、行业、团体标准的制定工作，推动行业进步；始终是中国国家队运动员强大的“后备军”，为国家队 70 余支运动队角逐国内国际大

赛提供专业、纯净、健康的饮用水后勤保障，同时坚持投身大众体育，助力全民健康事业。

传递温暖，用行动诠释责任担当

华润饮料在潜心发展、创造价值的同时，将企业自身与社会责任紧密相连。依托“救灾公益快速响应机制”，积极组织物资抗洪救灾，为一线群众提供安全健康的饮水保障，2023 年累计向洪涝、地震灾区捐赠共计 17,139 箱饮用水；深度落实集团乡村振兴规划，持续开展“怡宝百所图书馆计划”，新建 5 所乡村公益图书馆，持续为偏远山区孩子们送书送爱，受益人数达 17,994 人，同时结合乡村当地产业特色开展项目合作，带动当地经济发展。

新的征程赋予华润饮料新的使命。一路走来，一代又一代华润饮料人昂首向前，接续奋斗，在一次次突破和跨越中谱写高质量发展新篇章。作为华润集团大消费业务板块的重要组成部分，未来，我们将坚定信心、把握形势，抢抓机遇、拥抱变化，继续秉持“简单、直接、坚持、接地气”的工作作风，锚定目标，向成为世界一流综合饮料企业的愿景笃定前行，携手各利益相关方在新征程中有更多新担当和新作为。

华润饮料（控股）有限公司董事会主席、执行董事
张伟通



报告导读

本报告是华润饮料（控股）有限公司可持续发展报告，报告主要介绍了华润饮料履行对股东、员工、客户、伙伴、环境、社会等相关方的责任，同时披露华润饮料的责任管理信息。

可靠性保证

报告中的数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据，公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性负责。

时间范围

2023 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。

称谓说明

“华润（集团）有限公司”以“华润集团”“华润”“集团”等称谓表示；“华润饮料（控股）有限公司”以“华润饮料”“怡宝”“我们”“公司”等称谓表示。

参照标准

- 《全球报告倡议组织可持续发展报告标准》（GRI Standards）
- 《联合国可持续发展目标企业行动指南》（UNSDGs）
- 《社会责任报告编写指南》GB/T36001-2015
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》
- 中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-ESG5.0）》
- 《华润集团社会责任管理办法》
- 《华润集团“1+N”社会责任指标管理手册》
- 《香港联合交易所有限公司证券上市规则》附录 C2——《环境、社会及管治报告指引》
- 《央企控股上市公司 ESG 专项报告参考指标体系》

编制小组

- 主编：张伟通
- 副主编：俞康松
- 执行主编：卢舒倩、周睿、庄小楠
- 联络员：舒方银、刘猛、黄星扬、谭文洁、陈仲晖、陈启绪、王雷鸣、朱佳、李小康、庄新伟、王庆、陈自怡、时建宇、刘雄辉、叶国舟、秦日海、阮良（排名不分先后）

联系方式

- 通讯地址：广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区（北区）
- 电话：0755-26983333
- 网址：<https://www.crbeverage.com>

走进华润饮料



公司概况

行业地位

按零售额计，2012 年 -2023 年，公司连续 12 年在中国饮用纯净水市场保持排名 **NO.1**

按零售额计，2023 年在中国包装饮用水市场排名 **NO.2**
在中国菊花茶饮料市场排名 **NO.1**

备注：数据来自灼识咨询报告

华润饮料(控股)有限公司(以下简称“华润饮料”或“公司”)是国务院国资委直接监管和领导的国有重点骨干企业之一、世界五百强企业——华润(集团)有限公司旗下专业的即饮软饮企业，总部位于广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区(北区)。华润饮料是九十年代初国内较早推出专业化生产包装饮用水的企业之一，主营“怡宝”牌系列包装饮用水。华润饮料(控股)有限公司 100% 控股华润怡宝饮料(控股)有限公司。

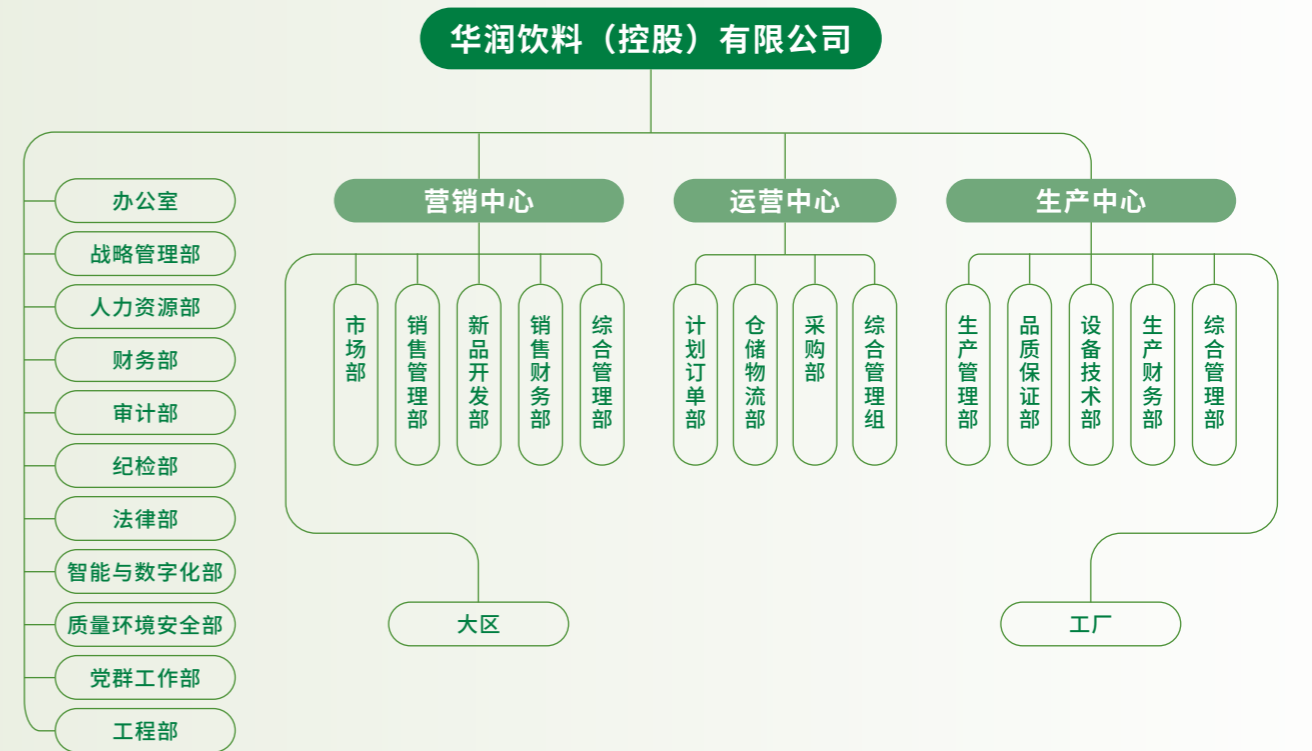
华润饮料是中国饮料工业协会副理事长单位和中国饮料工业协会天然矿泉水分会、广东省瓶装饮用水行业协会副会长单位，也是中国饮料工业协会技术工作委员会和矿泉水专业委员会等超过 30 个专业行业协会(包括其分会)的会员。作为《瓶装饮用纯净水》国家标准的主要发起和起草单位之一，华润饮料产品采用先进的生产技术，确保产品能够达到或超越国家标准规定，为消费者提供健康满意的优质产品，并通过良好的服务，赢得消费者认同。

组织架构

2023 年，华润饮料进一步完善营销、运营、生产三大业务中心管理架构，推动订单流、资金流、货物流高效运转，同时加快落实自有产能投资建设，持续提升组织运营效益。截至 2023 年底，华润饮料总部设 11 个部门，辖 3 个业务中心、16 个销售大区、8 个发展市场及港澳业务、现代渠道业务、桶装水业务、12 家已投产自有工厂，员工超过 10,000 人。

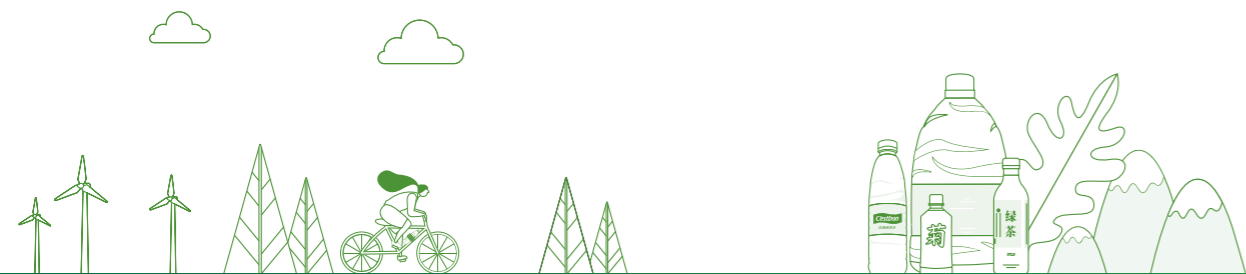
截至 2023 年底

总部职能部门 **11** 个 业务中心 **3** 个 销售大区 **16** 个 发展市场 **8** 个 已投产自有工厂 **12** 家 员工超过 **10,000** 人



业务布局

一直以来,华润饮料不断深入发掘市场潜力,致力于为消费者提供更加多元化的选择与更高品质的产品。公司旗下拥有“怡宝”“怡宝露”“本优”“假日系列”“蜜水系列”“佐味茶事”“至本清润”“魔力”“FEEL”等多个品牌,覆盖包装饮用水、果汁类饮料、草本植物饮料、茶饮料、运动饮料、咖啡饮料、奶茶饮料、碳酸饮料等品类。



心纯净 行至美



华润饮料产品全家福 (截至 2024 年 4 月 15 日)

序号	总部 / 分公司全称	运营地址
1	华润饮料 (控股) 有限公司	广东省深圳市
2	华润怡宝饮料 (控股) 有限公司	广东省深圳市
3	华润怡宝饮料 (中国) 投资有限公司	广东省深圳市
4	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司	广东省深圳市
5	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司华南分公司	广东省深圳市
6	华润食品饮料 (深圳) 有限公司	广东省深圳市
7	华润食品饮料 (深圳) 有限公司江门分厂	广东省江门市
8	珠海市永隆加林山矿泉水有限公司	广东省珠海市
9	珠海市永隆饮品有限公司	广东省珠海市
10	华润怡宝饮料 (肇庆) 有限公司	广东省肇庆市
11	华润怡宝 (河源) 万绿湖饮料有限公司	广东省河源市
12	河源市碧优选饮用水有限公司	广东省河源市
13	华润怡宝饮料 (武夷山) 有限公司	福建省南平市
14	华润怡宝饮料 (南宁) 有限公司	广西省南宁市
15	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司北京分公司	北京市
16	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司河北分公司	河北省石家庄市
17	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司湖南分公司	湖南省长沙市
18	华润怡宝饮料 (长沙) 有限公司	湖南省长沙市
19	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司江西分公司	江西省南昌市
20	华润怡宝饮料 (六安) 有限公司	安徽省六安市
21	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司华东分公司	上海市
22	上海怡宝食品有限公司	上海市
23	华润怡宝饮料 (宜兴) 有限公司	江苏省无锡市宜兴市
24	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司山东分公司	山东省济南市
25	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司西南分公司	四川省成都市
26	华润怡宝饮料 (成都) 有限公司	四川省成都市
27	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司甘肃分公司	甘肃省兰州市
28	华润怡宝饮料 (中国) 有限公司辽宁分公司	辽宁省沈阳市
29	华润怡宝饮料 (温州) 有限公司	浙江省温州市

注:截至 2023 年底,华润饮料业务分布情况

战略文化



华润饮料“十四五”企业文化理念体系

DNA 企业基因

为中华民族伟大复兴而立心
为创造人民幸福生活而立命
为实现国家经济繁荣而立身

MISSION 使命

引领行业发展，
为大众提供安全、健康、
美好的生活体验

VISION 愿景

做优，做强，
成为世界一流综合
饮料企业

VALUE 价值观

诚实守信 业绩导向
以人为本 合作共赢

SPIRIT 企业精神

以身许国的奉献精神
敢为人先的创新精神
笃定前行的坚守精神
自强不息的奋斗精神

ATMOSPHERE 组织氛围

真诚 团结 开放 进取

SLOGAN “十四五” 宣传口号

精耕细作 决胜终端

荣誉奖项



中国饮料行业高质量发展领军企业
(十九强)



中国饮料行业 30 年常青藤企业



2022 年中国饮料行业
实践社会责任优秀企业



《华润怡宝 2022 年可持续发展报告》
荣获“中国企业社会责任报告评级
专家委员会”五星级评定



新周刊 2023 美好公益大会之
年度美好发声奖



南方周末 2023 筑梦者
公益大会年度公益进取奖



中央企业五四红旗团委



华润饮料多家工厂荣获“绿水青山杯”
2023 年度饮料行业节水 / 节能优秀企业 (生产基地)

「2023 大事记」

01

华润饮料积极谋划“十四五”产能布局

2月，华润饮料与温州市文成县签订合作意向书，双方本着优势互补、互赢互利的原则，共同探讨如何打造好水产业，携手共享美好。同时，宜兴工厂、碧优选工厂、南宁工厂(二期)陆续投产，持续助力华润饮料“十四五”战略期的高质量发展。



02

华润饮料新品至本清润柠檬茶上市

2月，华润饮料上新至本清润柠檬茶，该柠檬茶选用云南大叶种红茶，并注入柠檬汁，味道兼具大叶种红茶的甘香醇厚和柠檬的酸甜可口，茶香伴果香，带给消费者记忆中的味道。该产品上市后，迅速在全国各大区铺货，传统渠道、KA、卖场、便利店、电商、特通餐饮渠道纷纷上架，受到消费者的一致好评。



03

华润饮料荣获回收PET瓶公益研究贡献奖

4月，在2022中国饮料工业协会年会上，华润饮料荣获了“中国饮料工业协会公益研究贡献奖”，以表彰公司在中国饮料工业协会组织开展的“我国回收PET饮料瓶多路径再生利用研究”和“回收PET饮料瓶食品级循环使用质量控制与经济成本分析研究”中所作出的贡献。



04

马拉松奥运冠军埃鲁德·基普乔格担任怡宝马拉松推广大使

4月，马拉松奥运冠军埃鲁德·基普乔格成为怡宝马拉松推广大使。双方将一起激励广大运动爱好者投身马拉松运动，不断挑战自我，超越极限，并将马拉松顽强拼搏、挑战自我、永不止步的运动精神传递给更多人。



05

怡宝成为2023赛季中超联赛官方饮用水

4月，“怡宝”品牌包装饮用水成为2023赛季中国足球协会超级联赛的官方饮用水，并于2024年2月与中国足球协会超级联赛建立冠名合作。中超联赛是中国最高水准的职业足球联赛。华润饮料在中超赛场上与球员、球迷们携手奋战，做好优质赛事服务和专业保障，以卓越的品质，为广大球迷们带来更多的激情和快乐，助力每一次拼搏，致敬每一份坚持，浇灌每一个梦想。



06

华润饮料“珙桐花乡村振兴音乐教室”正式揭牌

5月，华润饮料“怡宝百所图书馆计划”携手《南方都市报》共同推动的“珙桐花乡村振兴音乐教室”正式落地揭牌，音乐教室取名“珙桐花”，象征着山区里的孩子心怀梦想，纯洁宁静，在大山深处默默成长。华润饮料希望通过这间乡村音乐教室为当地孩子们提供一个更好的舞台，唱出大凉山少年的好声音，唱响彝族的文化传承与乡村振兴的美好旋律。



08

华润饮料正式成为村BA 公益合作伙伴

7月,华润饮料正式成为村BA公益合作伙伴,携手推动乡村篮球发展,与各地的乡村共同践行对体育运动的热爱。多年来,华润饮料积极投身大众体育,助力全民健康,促进更多人参与体育,将健康的生活理念和体育精神相结合,促进更多人参与体育运动,更好地追寻美好生活。



09

华润饮料3款大包装饮料新鲜上市

8月,华润饮料正式推出橙橙假日、葡萄假日、菊花茶三款大包装饮料,以1.5L的欢享装满满足消费者阖家团聚、好友欢聚等“多人分享”的饮用场景,以高性价比满足消费者畅饮需求。



10

华润饮料旗下本优品牌天然矿泉水新品上市

9月,华润饮料旗下品牌“本优”天然矿泉水新品上市,作为包装水赛道的最新成员,本优此款产品定位为一款简约时尚、具有亲近感的天然矿泉水,瓶子采用淡蓝色色调,瓶身正面“去标签化”,以吹瓶成型来呈现品牌名。整体设计更为简约清透,符合现代审美。本优定价“亲民”,适配多种消费场景。



11

华润饮料“怡宝百所图书馆计划”第240所公益图书馆落户喀什

10月,在新疆维吾尔自治区喀什市实验学校,华润饮料携手深圳援疆指挥部、深圳晚报、深圳喜马拉雅联合主办“怡起悦读,陪伴成长”活动,并正式投入使用华润饮料“怡宝百所图书馆计划”第240所公益图书馆——美好新声数字图书馆,希望利用科技为新疆教育提质增效,实现智力援疆、教育援疆。



12

华润饮料紧急调拨第一批赈灾物资驰援甘肃震区

12月,甘肃省临夏州积石山县发生地震,华润饮料第一时间启动“救灾公益快速响应机制”,联系当地政府部门了解灾情现场与转移受灾居民的物资需求,并联合当地经销商紧急调拨第一批赈灾物资500箱怡宝纯净水驰援震区,全力保障灾区居民的饮水安全。同时紧急采购100顶帐篷从广东发出直抵灾区。



07

华润饮料2项技术获得国内授权发明专利

6月,华润饮料取得2项国家知识产权局授权的发明专利。《基于PET采购模型的建议购买量计算方法和装置》专利通过实时库存、运营数据及浮动指标模型算法计算建议采购量,为PET采购决策提供了强有力的数据模型分析支撑,助力采购业务创新,大幅提升采购决策效率。《一种包装饮用水中微生物的灵敏检测方法》发明专利,是一种适合包装饮用水重要风险微生物铜绿假单胞菌的快速检测技术。该技术可24小时内快速判定微生物的污染风险从而实现产品快速放行,比现有国家标准方法还快24小时,且该技术灵敏度高、成本低,适合一线工厂推广应用,可大幅减少企业仓储成本,有望倍速提高生产产量。



「四十不惑」 接续奋进新征程

经济责任



篇章概述

华润饮料始终将坚持党的领导与加强党的建设作为公司的“根”与“魂”，充分发挥“顶梁柱”“压舱石”作用，以高质量党建引领保障高质量发展；深入推进国企改革，持续构建现代化治理体系；坚持底线思维，深化反腐倡廉工作，增强忧患意识，防范化解公司风险点；履行央企责任，勇担新使命，奋进新征程。

重大性议题

深化国企改革
加强企业党建
规范公司治理
守法规规
风险管理
推动高质量发展
利益相关方沟通

SDGs 指标



篇章绩效

开展专题学习研讨

300 余场次

召开董事长专题会

6 次

召开党委理论中心组、
党委会集中学习

20 次

进行事项决策

11 个

召开董事会会议
(含董事会书面决议)

14 次

召开薪酬与考核
委员会会议

1 次

签署董事会决议

25 份

「责任故事

» 同饮一江水 共话一家情 *Hong Kong*

2023 年是香港回归祖国 26 周年，也是《粤港澳大湾区发展规划纲要》颁布实施四周年。华润饮料围绕“立足香港、面向内地，地位特殊、责任重大”的企业定位，积极践行“粤港澳大湾区建设”战略，拓展香港销售业务，在港团队以业务为引导，开展公益慈善、青年工作等一系列主题活动，实现公司于香港发展，受益于香港并回馈于香港，携手香港饮一江水、话一家情。

大街小巷“怡宝绿”



销量同比增长

157%

传统渠道销售网点增加至

900

 余个

与服务。2023 年，我们新增派遣营销中心销售管理部专业副总监李永宏作为港澳业务负责人到港开展工作，扎实推进香港业务。同年，华润饮料在港业绩超过预期，销量同比增长 157%，传统渠道销售网点数量从 100 个左右迅速增加至 900 余个。面对这样亮眼的成绩，李永宏大方地分享了他三方面的策略经验：“我们在区域业务发展上聚焦到点，通过分区块精细化管理，以点带面推动整体业务的扩张；在渠道规划上广开门路，不断提升超市、便利系统覆盖率，挨家挨户拓展传统销售点位，擦亮产品名片；在价值创造上提高站位，在丰富产品类别的同时，系统梳理产品价格，保障渠道各层级的价值回报。”

藏在水里的美好共识

“小河弯弯向南流，流到香江去看一看”。今天，香港市民的一杯清茶、一碗靓汤，早已离不开内地输送的潺潺东江水。自 2019 年华润饮料在香港增设业务团队以来，逐渐让“怡宝绿”带着纯净与美好融入更多香港市民的生活中，为香港市民提供更多元化的美好选择

在港销售业绩增长到

48

 万标箱

华润饮料在港销售业绩已从 2020 年的 5 万箱增长到 2023 年 48 万标箱，面对下一阶段 100 万箱的销售目标，李永宏表示：“目前的确做到了一些成绩，但同时压力和责任也重大，在香港地区激烈的市场竞争下，我们有信心将公司的港澳市场越做越大，让市民想喝水就想到‘怡宝’，到那时就意味着我们把香港业务做实了。”如今，我们不仅能在香港的超市、便利店遇见你我的怡宝，也能在车站、酒店、甚至大街小巷看到那一抹靓丽的“怡宝绿”。

「责任故事

双向奔赴释放新活力

2023 年 1 月 8 日起，香港与内地逐步、有序、全面恢复通关，香港与内地的“双向奔赴”日益热络，也推动了湾区融合发展迈上新台阶。

华润饮料为帮助香港员工加快融入文化与团队、增进归属感，通过“两地交流深访”活动、落实“深访计划”，组织全体香港业务团队成员到昆明、成都等地举办水 young·港才优才计划（第三期）培训。香港员工通过参加经销商大会、与川云大区同事一起铺市、学习等方式，进一步加深对公司业态的认识。同时，公司充分发挥在内地的优势作用，支持集团在港兄弟单位开展两地交流活动，用多元化的交流互访活动，在思想碰撞中凝聚共识、激发活力。



香港华润物流来访活动



水 young·港才优才计划（第三期）

情暖香江共成长

心怀公益、服务社会是一场承载长期主义、践行精耕细作，并伴随企业发展的坚定远行。华润饮料不断将公益行动融入社会的不同需求，真切传递城市温暖，让向仁向善真正成为全民受益的力量。

华润饮料积极与香港“怡心润港”义工队、港九劳工、惜食堂等慈善机构建立联系，以捐献爱心款项和饮用水、饮料等多种形式参与公益，常态化为社会上有需要人士送上温暖的关怀；倾听青年心声，通过“青云启梦”职前装备计划、“香港创科青年产业加速计划”等行动为香港青年提供实习岗位，帮助香港青年学习职场技能、建立职场认知，助力香港青年的创新创业；深度参与香港各类体育赛事和文化活动，赞助和支持 2023 年全港空手道青少年大赛、香港薪火阵营三人篮球赛等 18 场活动，开展水环保宣传专题讲座等科普宣传教育活动，助力香港文化、体育、教育等事业发展。



华润饮料支持全港小学校际剑击邀请赛



2023 年全港空手道大赛感谢信



香港旺角优才书院水环保宣传专题讲座

从过去到现在，香港与内地始终保持着血浓于水的亲情。2023 年以来，华润饮料通过捐赠、派发、站街等形式，支持了一系列爱国爱港活动，将爱心与温暖传递给香港市民。全年共向香港公益团体、文体协会等社会组织捐赠共计 6,211 箱饮用水、饮料。

在华润“重塑香港业务”的发展战略指引下，华润饮料也将继续深耕在港业务，不断提升行业地位和社会影响力，成为国家和华润集团连通内地与香港的重要桥梁，让华润饮料产品走向世界，并与香港同心偕行共促繁荣发展。

坚持党建领航

华润饮料深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，毫不动摇坚持党的领导，充分发挥党建的领航作用，坚定不移地担当起央企大国重器“顶梁柱”的责任，为实现高质量发展贡献力量。

新成立党支部

3 个

完成换届选举的党支部

11 个

党员发展指标同比增长

50%

加强组织建设

华润饮料全面贯彻党的二十大精神，深入落实新时代党的建设总要求和新时代党的组织路线，系统推进“七抓”工程，在强基固本中增强“精耕细作”的组织力，建立涵盖党支部“三会一课”、主题党日、党员发展、组织关系转接、换届选举等内容的 13 本工作台账，创立党建工作例会、结对共建、季度通报、调研联络等工作机制。2023 年公司新成立渝贵、宜兴、河源工厂 3 个党支部，11 个支部完成换届选举，党员发展指标同比增长 50%。



运营中心、宜兴工厂党支部结对共建活动

党建融入业务

华润饮料坚持实现哪里有业务哪里就有过硬党组织，深入推进党建与业务融合创效。我们深化“党建促业务”十项举措，细分大区、工厂、职能部门特点，打造出绿地先锋、生产先锋、研发先锋、怡心公益等 10 个先锋品牌；坚持以点带面、以面带全，培育和选树一批党建促业典型，广泛开展劳动模范、评优创先活动，加强“两优一先”“优秀员工”“销售明星”“生产标兵”等先进典型的选树，营造“比学赶帮超”的干事创业氛围。2023 年，公司创建党建促业务项目 35 个，建立党员先锋岗、示范区 170 个，党员突击队、攻坚队 66 支，助力公司“精耕细作、决胜终端”战略落地。

打造先锋品牌

10 个

创建党建促业务项目

35 个

建立党员先锋岗、示范区

170 个

建立党员突击队、攻坚队

66 支



南宁工厂党支部开展“增强质量意识 落实工作质量”质量月启动系列活动

落实党员教育

华润饮料以主题教育和强化理论武装为导向，建立牢固的思想阵地，扎实推进党员教育工作。推动 35 个党组织和 650 余名党员、6,000 余名团员青年、统战人士参加习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育，落实全面覆盖学、办班集中学、联系实际学、个人自觉学“四学联动”，开展专题学习教育 300 余场次。以有导学、有研讨、有举措、有落实“四有”机制推动“第一议题”制度落实，全年召开党委理论中心组、党委会集中学习 20 次。举办 5 场“怡宝大讲堂”系列专题讲座，举办“青马工程”培训班、基层党组织书记暨党务工作者培训班等。

开展专题学习教育

300 余场次

召开党委理论中心组、党委会集中学习

20 次

举办“怡宝大讲堂”系列专题讲座

5 场



华润饮料第一期青马班结业暨第二期青马班开班仪式



华润饮料开展“怡宝大讲堂”系列专题讲座

完善公司治理

华润饮料不断优化公司治理体系，构建完善的组织架构，形成高效的决策机制，推动公司实现治理现代化，同时搭建起良好的沟通桥梁，积极回应投资者诉求，持续深化投资者关系管理。

治理体系

制度保障

华润饮料董事会充分发挥“定战略、作决策、防风险”的作用，依照法定程序和公司章程决策企业重大经营管理事项，充分讨论和审议各项提案，推动公司治理效能持续提升。通过持续完善决策程序、优化董事会运作机制、健全制度体系、强化外部董事履职保障等措施，提升科学决策水平；落实董事会授权管理制度，制定授权决策事项清单，明确授权原则、事项范围等，保障经理层依法合规行权履职；建立经理层向董事会报告机制，促进经理层理解董事会的战略意图，实现经理层“谋经营、抓落实、强管理”的定位。

2023 年，公司结合华润集团制度、公司管理主体变更以及业务实际需求，修订发布了《华润怡宝“三重一大”决策制度（2023 版）》和《华润怡宝董事管理办法》，进一步明确了各治理主体的权责范围以及董事的权利与责任，为董事会规范运作提供制度基础。

董事会决策流程

党委前置研究

涉及“三重一大”事项的议案提交至董事会审议之前，严格履行党委前置研究讨论的程序。

会前沟通

议案正式上会前，公司董事会办公室与各董事尤其是外部董事充分沟通，收集外部董事对议案的疑问清单，转由相关业务经理层成员解答，汇总后书面回复至提问董事。

会中讨论

经理层成员列席董事会会议，向董事会报告公司经营情况，同时对于董事就报告内容所提出的疑问进行解答。

会后跟踪

如董事于会上提出后续所需资料，则董事会办公室作为对接窗口，于会后完成相关资料的收集与回复。

组织保障

截至 2024 年 4 月 30 日，华润饮料董事会成员为 8 人。董事会下设 4 个专门委员会，分别是审核委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略与投资委员会。

2023 年董事会共计召开董事会会议 14 次（含董事会书面决议），签署董事会决议 25 份；董事长在董事会授权范围内召开 6 次董事长专题会，进行了 11 个事项的决策；召开了 1 次薪酬与考核委员会会议，审议经理层成员业绩考核结果等议案。

治理绩效与薪酬挂钩

华润饮料为持续提升 ESG 工作质效，公司将 ESG 有关管理要求以加减分项指标的形式纳入经理层成员年度经营业绩合同考核，包括节能减排、安全生产、社会责任管理等。ESG 指标达成情况与经理层成员年度绩效考核结果直接挂钩，作为经理层成员薪酬激励兑现的依据。

投资者关系

华润饮料高度重视投资者关系管理，为保障股东方的知情权和参与决定权，通过采取下沉调研渠道和沟通渠道、加强行政支持等措施，帮助股东全面、及时了解公司运营状况并参与决策。

公司定期向股东提供行业竞争环境分析与财务数据并及时进行答疑；组织股东方所委派的外部董事进行工厂考察、市场调研及商务会谈等活动；邀请股东方所委派的外部董事参加公司年度商业计划讨论等各项重要会议，加强董事与经理层以及各业务中心的沟通交流，多措并举在帮助股东深入理解背景输出和业务动作的同时，降低沟通成本、提升决策效率。

信息披露

华润饮料对公司经营、管治、环境保护等重大事件进行真实、准确、及时、可靠的披露，以提升利益相关方对公司的了解程度和认同感。在报告期内公司未曾发生不遵守《公司法》相关内容将财务报表、公司报告等信息告知股东的事件。

华润饮料董事会成员

8 人

董事会下设专门委员会

4 个

强化风险管控

华润饮料在经营管理中高度重视防范化解风险，在外部经济不确定性不断增强的情况下，坚持底线思维和忧患意识的构建，持续强化风险管控水平，保障公司可持续发展。

合规运营

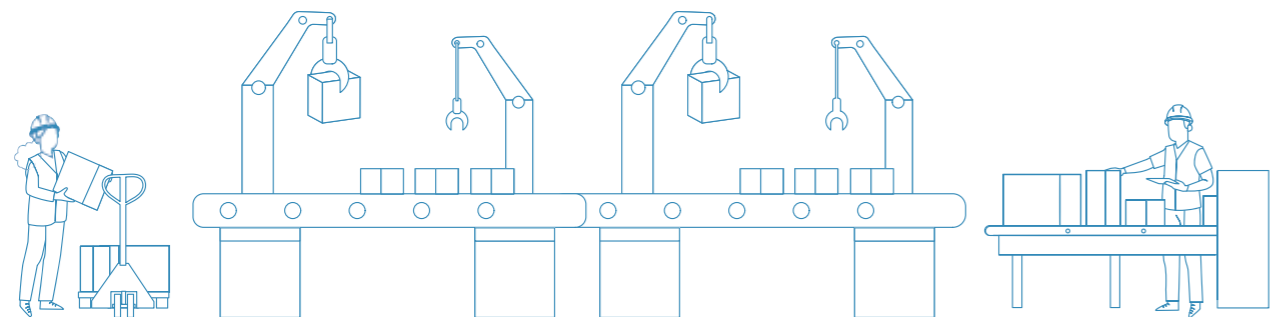
华润饮料以有效防控合规风险为目的，以提升依法合规经营管理水平为导向，建立符合行业特性、公司战略、业务需求的合规管理体系。公司将合规审查嵌入现有业务系统、对合规意见落实情况实施分级管理和追踪等措施，合规管理部门对重大事项决策、重大合同签署、重大项目运营等经营管理行为进行合规审查；其他业务及职能部门对负责领域的合规事项进行合规审查。

2023 年公司在已成立的依法治企、风控与合规管理委员会的基础上设立首席合规官；完成质量安全、招标采购等领域合规风险识别清单、岗位职责清单、流程管控清单的制订，建立重点领域的合规风险预警及应对机制；开展合规管理相关评价，帮助提升公司合规经营水平；开展“食品标签、广告宣传合规”等为主题的合规培训，提升公司相关重点岗位人员的合规水平，积极培育合规文化。

风险防控

华润饮料不断加强风险管控，完善重大经营风险早发现、早预警、早处置的长效机制，制定发布重大经营风险分类监测与事件报告管理办法，强化重大经营风险评估监测，同时结合公司实际逐步梳理重要业务领域的核心风险，建立细分领域风险库，持续提升风险防控水平。

2023 年公司通过“自下而上、上下结合”的方式，结合内外部环境变化，围绕发展战略和经营目标，全面识别、预判可能面临的重大风险，从风险发生的可能性和影响程度两个维度，全面、有效地评估出公司面临的八项重大风险，并制定和落实风险应对措施，持续加强销售、生产、质量、EHS 等重要业务领域风险的事中监测，提升风险管控能力。2023 年公司未发生影响经营目标实现的重大风险事件。



审计监督

华润饮料聚焦营销、生产、工程等高风险领域履行经济监督职责，以体系化、标准化、数字化为工作抓手，强化内审监督质量水平，持续发挥监督效能，助力公司高质量发展。

强化组织独立

修订内审管理制度，明确董事会对内审工作的领导、审计机构与人员设置、绩效考评方式，加强审计独立性与权威性；

聚焦重点监督领域

定期开展经责审计工作，系统揭示各级单位经营问题；开展工程领域全过程跟踪审计，前移风险管控；

提升审计效率

规范审计工作程序，创新数字化审计方法，灵活运用各类审计工具，提升审计效率；

落实审计整改

通过层层压实审计整改责任，利用定期检查、通报等机制，确保审计整改有效落地；

深化监督协同

构建审计 - 追责工作闭环，建立审计问题线索分类移送机制，深化审计、监察等监督职能协同。

遵守商业道德

华润饮料严格遵守商业道德，强化自身监督，同时也接受政府和社会的监督，积极承担社会责任，维护市场公平交易秩序。

构建大监督体系

华润饮料持续完善“大监督”工作机制，制定监督清单，提高监督治理效能，积极推动巡察、审计、财务、法律等各监督主体履行监督职能，压紧压实各监督主体的监督责任，制定监督清单 90 项，2023 年共召开 4 次“大监督”工作会议。

共召开“大监督”工作会议

4 次

制定监督清单

90 项

强化监督

公司饮料严格落实中央八项规定精神，坚决纠治“四风”，紧盯公司商业销售、招标采购等关键领域和重点环节，加大问题线索排查力度。在传统节假日等重要时间节点前发送廉洁提醒，提醒各级干部员工移风易俗、勤俭过节。

开展内部巡察

公司党委始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，聚焦“两个维护”根本任务，科学谋划，研究制定公司党委巡察工作规划，作为二十大期间公司巡察工作的重要指导。部署 2023 年公司巡察工作计划，高效组织统筹开展 2 轮内部巡察，共巡察 8 个党组织，加强巡察全过程指导，推动巡察出实招见实效，提升监督质效。

公司聚焦问题，开展巡视巡察问题整改“回头看”专项工作，对巡视整改举措进行举一反三，再检视、再落实；跟进巡察整改落实情况，汇总提炼共性问题，分享巡察成果强化监督合力，有力地巩固了巡视成果，做实巡察整改“后半篇文章”，进一步推动了巡察成果转化成为业务发展成效。

举报管理

公司畅通廉洁方面的投诉举报渠道，接受全社会的监督。举报人可通过邮件、电话、信函等方式，举报华润饮料及下属单位的员工违反党纪党规或廉洁从业相关规定等方面的行为，确保公司持续、稳定、健康发展。

华润饮料

廉洁举报渠道

举报邮箱 ts.yb@crbeverage.com

举报电话 0755-86620524

寄信地址 深圳市南山区科技园朗山路 22 号华润饮料纪检部

深化国企改革

华润饮料坚决贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神，认真落实党中央、国务院以及华润集团关于国企改革深化提升行动的决策部署，以深化改革行动和“双百项目”为契机，推动公司可持续高质量发展。

2023 年，公司贯彻落实国资委和集团“两金”管控工作要求，秉承“清存量，控增量”的方法，围绕“两金”指标，通过开展专项行动、完善长效机制、探索创新管理工具/模式等方式，深入推进“两金”压降工作，进一步提高公司“两金”管控水平、降低公司债务风险、改善运营管理水平。截至 2023 年末，公司“两金”增幅低于收入增幅，整体规模同比下降 26.6%，非正常类“两金”同比下降 51.6%，长账龄应收账款总体规模较 2021 年下降 83.4%，长账龄应收账款存量（2021 年为基数）下降 89.7%，应收账款与存货周转率稳步提升。

“两金”增幅整体规模
同比下降

26.6%

非正常类“两金”
同比下降

51.6%

(以 2021 年为基数)

长账龄应收款
总体规模下降

83.4%

长账龄应收账款存量下降

89.7%

中小企业纾困

华润饮料积极响应国资委《关于中央企业助力中小企业纾困解难促进协同发展有关事项的通知》的相关要求，勇担央企社会责任，从实际痛点难点问题出发，帮助恢复发展活力、增强内生动力。

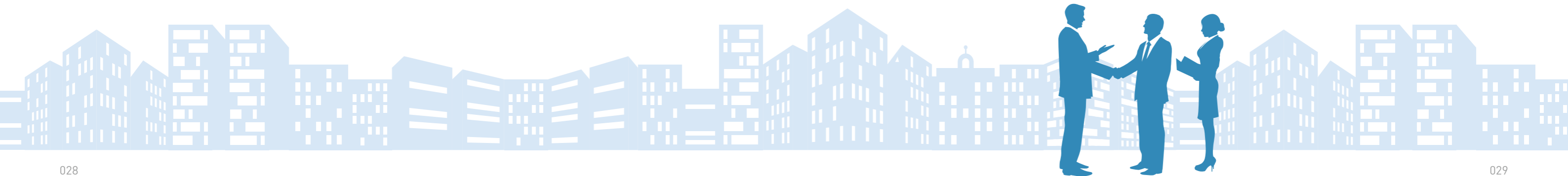
2023 年，公司全面梳理长期账款挂账情况，累计清理 3,758 万元长期账款。对于长期合作、信誉良好、履约及时、确有困难的中小企业，提前支付账款累计 4,656 万元。

累计清理长期账款

3,758 万元

提前支付账款累计

4,656 万元



「初心不改 匠心铸就点滴美好

客户责任



篇章概述

华润饮料坚持创新引领，不断优化创新机制，努力培育创新生态；坚持以客户为中心，精准洞察消费者需求，矢志打造卓越产品品质，不断优化客户服务，切实保障客户权益，树立良好品牌形象，全面塑造发展新优势，致力于成为一家世界一流综合饮料企业。

重大性议题

营养与健康
食品安全
提升产品 / 服务可及性
产品技术及创新
保护知识产权
负责任营销
客户信息隐私保护
客户满意度

SDGs 指标



篇章绩效

研发成本

6,151 万元

新增专利

7 件

客户满意度

90 分

持有专利及
专利申请数

80 件

产品出厂检验
合格率

100%

客户投诉处理率

100%

「责任故事

» 每一次上新 Products 都是对你我的上心

华润饮料长期致力于为大众提供安全、健康、美好的生活体验，通过升级研发管理体系、完善产品研发方法、扩建研发实验室等举措，持续推出新产品、新口味、新规格，完善和壮大“华润饮料家族”，满足消费者的不同需求和饮用场景，为消费者带来全新的饮用体验。



潜心钻研，与更高品质不期而遇

华润饮料以科技研发、技术创新为着力点，在原有研发实验室的基础上扩建了 418 平方米，新增了茶研究室、咖啡研究室、感官测试室、感官测试准备室和讨论室，进一步完善研发硬件设施，增强饮料开发能力，推行饮料专业化、品类化研发，同时能有效防止产品串味，保障饮料的品质，多措并举，为新的发展潜力打下坚实基础。



茶研究室



感官研究室

精心谋划, 把好产品“上市关”

华润饮料持续推动新品研发的顶层设计工作，完善更新研发制度《华润怡宝新品开发流程》，详细将新品研发划分为 5 个阶段“概念开发、产品设计、产品开发、工业实现和产品上市”；建立多种长效机制，如新品饮料项目沟通机制，每周召开饮料新品项目会，沟通项目进展，以及产品上市管理层沟通机制，由公司管理层对产品上市进行最终的评估确认；同时我们还建立了风险评估体系（RA-TDR），从技术层面对产品本身进行分析，着重探讨新品的产品设计、法律法规、物流采购、生产过程等层面，通过风险评估和分析验证，严格考核产品是否满足上市要求。

茶研究室

配备多功能萃茶机等专业设备，可进行茶叶品评、茶叶拼配、茶叶萃取、茶饮风味创新开发。

咖啡研究室

配备咖啡烘豆机、测色仪等设备，可进行咖啡生豆品鉴、咖啡烘焙、咖啡萃取、咖啡饮料风味开发。

感官研究室

参考国际标准和国家标准感官研究室标准设计建造，为感官研究提供专业的研究环境，便于感官专家品评小组开展公司产品、竞争对手产品风味研究，为开发受消费者喜爱和青睐的饮料打下基础。

「责任故事」

用心洞察，打造多款畅销单品

每一款新品的研发都是经过深思熟虑的产物。营销中心新品开发部专业副总监杨春哲表示：“我们有一套研究的方法，可以总结为‘四个力’：一是注重产品力，通过市场调研和走访，与内部员工、消费者、经销商进行交流，充分了解市场的需求和消费者关注重点，提升饮料口感、注重营养健康、打造亮眼包装、控制价格成本；二是培养渠道力，做好终端铺货，提高整体供应链的保障能力；三是打造品牌力，针对企业自身发展阶段与行业竞品分析，寻求适合当下的发展路线，目前公司处于饮料成长阶段，那么就适合发展饮料相关产品，努力打造知名饮料品牌；四是强调执行力，努力提高企业自身的管理能力，让政策能够不折不扣地传达到各个基层业务单元并得到有效落实。”

针对上述多重考量，我们研究制定了3个开发思路，一是走大众化路线，针对橙汁仍是果汁类第一大饮料这一时代特点，在果汁类别新增了橙橙假日新口味，满足消费者对健康简单的需求；二是聚焦产品的差异化，从细分赛道入手，推出菊花茶产品，有效填补市场空白；三是在大众化里面寻求差异化，推出红茶与其他果味的配合，至本清润系列新增记忆中的味道 - 柠檬茶。同时为满足消费者多场景、多元化的不同饮用需求，华润饮料陆续推动了多场景化的大包装 1.5L、1L、易拉罐装的产品规格的产品上市，满足消费者多元化的饮用需求。



橙橙假日

上市时间：2023 年 4 月

精选
优质国产
脐橙汁

精选优质国产脐橙汁，采用进口无菌冷灌工艺，橙香四溢、滋味微酸甜润，尽显优质脐橙的独特风味。

至本清润柠檬茶

上市时间：2023 年 2 月

精选柠檬果汁搭配云南地区大叶种红茶，味道兼具大叶种红茶的甘香醇厚和柠檬的酸甜可口，茶香伴果香，带给消费者记忆中的味道。



“本优”天然矿泉水

上市时间：2023 年 9 月

定位为一款简约时尚、满足消费者日常解渴又具备亲近感的饮用天然矿泉水，在品牌标识的设计上独具匠心，采用吹瓶形式直接展示，减少标签使用，更好地突显水清透干净的视觉美感。产品以阳光，水滴作为设计灵感，代表着我们对美好生活的向往追求。



未来，华润饮料将不断推陈出新，完善产品矩阵，拓宽产品赛道，为消费者提供健康、多元选择，更好地满足不同消费群体的喜好需求。

打造健康产品

华润饮料以“你我的怡宝”为品牌主张，肩负“引领行业发展，为大众提供安全、健康、美好的生活体验”的企业使命，始终坚持以优于“国标”的标准生产优质产品，时刻关注健康消费趋势，致力于推出贴合消费者需求的健康产品；努力开展产品创新研发，不断拓宽品类边界，持续推出减少人工成分（防腐剂、色素等）的各类产品，实现更加多元的产品和品类布局，为消费者提供健康多元选择。

强化创新驱动

管理创新

华润饮料立足现有研发基础，持续优化并整合各类科技创新资源，引领公司饮料研发的进展，加快形成新质生产力。

制度方面：优化研发职能架构，引进行业高尖人才，建设感官品评专家队伍，不断扩充研发队伍；通过专业职称认定、专业技能学习与鉴定、专业学习的方式，提升部门成员专业素养及专业能力。

交流合作：2023 年底，华润饮料与清华大学深圳国际研究生院成立微生物控制与应用技术联合研究中心，助力华润饮料在安全、风味、品质等方面开发高质量饮品。

技术创新

开展创新与深度应用，人工智能辅助运营业务决策上取得一定突破。通过 AI 人工智能辅助为大宗物料采购决策提供强有力的数据模型分析支撑，是人工智能与数字化运营融合的突破，已被收录进《华润集团人工智能技术应用场景案例集》优秀案例。

通过应用多重数字化工具，搭建信息同步同频、实时共享的新产品包材图稿“AI 智能辅助审核系统”，极大压缩新品从概念设计提出到市场投产的时间，有效助力新品提前上市投产，带来更多更早收益。

营销创新

饮料推广：2023 年华润饮料推动执行“重点城市 + 大品类双聚焦策略”。通过打造至本清润大品类产品矩阵（多联装、1L 装、1.5L、CAN 装、大包装规格等多 SKU 组合销售）、优先聚焦资源（费用倾斜、便利系统冰陈专案支持），推动至本清润高速发展；在重点城市提出“1+3+N 产品组合策略”，推动大品类销售覆盖面横向增长，提升渠道增量，做强做优做大赛道产品。2023 年至本清润总销量突破 1,000 万标箱，占饮料总销量的比例为 41%，SUP 终端覆盖 93 万家，SUP 全国覆盖率 42%，累计复购率 62%。



电商推广：华润饮料积极采用线上宣发、档期促销、达人种草、推广引流、矩阵直播带货等多元化手段，提升饮料购买转化、产品曝光和品牌影响力；蜜水柠檬 2023 年夏季抖音平台果汁类饮料品类销量第一名，成为爆款单品，全年线上电商完成销量 104.7 万标箱，实现超 10 倍的快速增长。

至本清润总销量突破
1,000 万标箱

占饮料总销量的
比例为
41%

SUP 终端覆盖
93 万家

蜜水柠檬 2023 年夏季
抖音平台果汁类饮料品
类销量

第一名

内容种草成果

站内外平台合计发布 6.4 万条笔记，引导商品点击数 1,704 万，互动量 127 万，影响人次达 3.7 亿，成交金额 2,935 万。

直播带货成果

抖音、天猫、京东共计店铺直播超过 4,871 小时、达人直播近 14 万场次，GMV 超 1.07 亿，曝光 44.3 亿次。

抖音自营短视频数量超

2,000 条

官方旗舰店直播间多次
上榜饮用水

第一名

合作团长

20 余家

成交额超

2,695 万元

渠道创新

华润饮料不断探索销售渠道创新方式，打造具备公司特色的“短视频+直播”模式。2023 年，抖音自营短视频数量超过 2,000 条，观看量超过 8,600 万人次，引流直播间超过 187 万个，官方旗舰店直播间多次上榜饮用水第一名；在抖音渠道内形成“头部+明星+垂类+腰部+素人”矩阵，全面覆盖各类型达人，收割粉丝用户群体。同时与 20 余家团长合作，促成海量达人一同带货，发布超过 5.6 万条种草内容、成交额超过 2,695 万元、观看量超过 2.3 亿人次，带来流量和销量的双向加持；完成与抖音、天猫、京东等各平台头部达人进行带货合作，增加触点，抢占消费者的心智空间。



华润饮料以蜜蜂店切入社区家庭渠道，不断探索可盈利的经营模式，先后在深圳和武汉核心区，聚焦公寓型社区，以格子柜和开门柜设备为载体，投放运营点位 127 个，并规划逐步扩大机台设备规模及试点城市数量。

蜜蜂店投放运营点位

127 个



加强质量管理

华润饮料重视产品质量，在运营过程的不同阶段开展各种质量检查及测试程序，包括外观检查、物理及化学检查、微生物测试及重量检查，以确保产品符合相关质量标准并遵守使用的法律及法规。我们实施专有的“华润怡宝全价值链食品安全与质量管理体系”，严格依据 SPM 文件规定的标准，在原料筛选、生产全程质量管控、成品出厂质量检验以及产品放行等环节，执行严谨的检验检测流程，以确保所选用的原料质量过关，流向市场的所有产品均为合格品。

开展质量管理体系认证

华润饮料持续开展食品安全管理体系认证，并严格按 ISO 及 FSSC22000 体系标准要求实施生产过程食品安全管理，坚守食品安全底线。2023 年，正式投产一年后的工厂，全部通过 FSSC22000/ISO22000 体系认证。

工厂名称	认证体系	认证日期	认证有效期
江门工厂	FSSC22000 V5.1	2022-01-11	2025-01-10
深圳工厂	FSSC22000 V5.1	2022-12-18	2025-12-17
肇庆工厂	FSSC22000 V5.1	2023-07-17	2026-07-16
南宁工厂	FSSC22000 V5.1	2023-11-15	2026-11-14
珠海工厂	FSSC22000 V5.1	2024-01-28	2027-01-27
长沙工厂	FSSC22000 V5.1	2022-01-05	2025-01-04
六安工厂	FSSC22000 V5.1	2021-09-06	2024-09-05
	ISO22000:2018	2021-09-06	2024-09-05
嘉定工厂	ISO22000:2018	2022-09-18	2025-09-17
	FSSC22000 V5.1	2022-09-18	2025-09-17
成都工厂	FSSC22000 V5.1	2023-06-01	2026-05-31
	ISO9001:2015	2023-05-08	2026-05-07

产品召回与应急处置

华润饮料严格遵守公司 SPM 文件《食品安全管理规范》的各项制度要求，不断完善《产品召回管理制度》，持续优化产品追溯与召回管理流程，明确各方工作职责；完善食品安全应急响应机制，不断改进质量事故事件管理办法，明晰事故事件分类分级标准、报告流程、事故事件应急处置要求等。每年至少组织 2 次模拟追溯与召回演练，确保一旦发生食品安全事件，能快速召回产品，最大限度减少对公众的危害。

开展产品质量管理培训

华润饮料积极倡导“良心品质，全员共建”的质量文化，引领全体员工重视质量，关注食品安全；为确保全体员工，特别是关键岗位人员始终满足质量关键岗位的能力要求，2023 年，公司组织上岗资格认可培训、CNAS 体系能力提升培训、生产过程微生物风险防控等多场专项培训，有效提升总部和工厂一线技术人员的理论知识和专业技能。



华润饮料开展“提升无菌微生物理论知识水平专题赋能培训”

保障客户权益

重视隐私保护

华润饮料高度重视客户隐私及信息保护，严谨遵守《中华人民共和国数据安全法》及《中华人民共和国个人信息保护法》等法律规定，不断优化自身制度建设，持续规范和强化自身及其授权经销商在保护消费者个人信息方面的工作，经销商合同新增附件《数据安全承诺书》，确保提供的员工和终端客户的个人信息来源和方式合法合规，不存在违反现行适用的数据保护规定。此外，公司积极推动信息化系统的建设和完善，确保客户隐私及信息安全得到有效管理。报告期内，未发生客户隐私泄露事件。

实现公平竞争

华润饮料严格遵守《反不正当竞争法》等法律法规和行业规范，致力于维护市场公正交易秩序。公司始终坚持诚信原则，对所有消费者一视同仁，坚决秉承平等、自愿的交易理念，建立健全《合规工作投诉举报管理指引》等制度性文件，并要求全体员工签署《商业行为守则》，坚决反对不公平竞争行为，切实保障商业伙伴的知情权、自由选择权和公平交易权。

提供优质服务

完善售后服务体系

华润饮料设立专门的客服中心，负责对接消费者相关沟通工作；制定明确的客户服务标准和客诉处理规范，并对执行情况进行监督，不断完善顾客反馈处理机制；在产品包装和官方网站上公布全国消费者服务热线（4008884933），并通过官微、销售一线、第三方满意度调查、舆情监测等多种渠道，建立主动售后服务体系，积极听取客户的意见和建议，向客户提供“诚心、贴心、细心、耐心、放心”的五心服务，在客户与企业之间搭建有温度的沟通桥梁。

积极应对客户投诉

华润饮料坚持以客户为中心，重视客户的反馈意见并及时响应处理。当客户对产品质量或服务反馈不满时，客服人员会将客户的意见认真记录下来及时向相关部门反馈，一般在半个工作日内完成转派，处理部门在 24 小时内联系客户，并于 2 个工作日内完成处理。如确因客观原因无法按时处理时，处理部门须主动向客户说明原因，并及时跟进反馈处理进展。在处理好客户异议的同时，相关方会认真进行原因分析及改进，避免问题的再发生。2023 年，华润饮料客服中心接到客户投诉 3,727 单，投诉处理率 100%；继续保持服务零投诉，并获得客户来电表扬 3 次。

2023 年 4 月，上海消费者刘先生来电公司客服热线，投诉反映在某电商平台买的瓶装水标签图案模糊变形、瓶身歪斜，担心购买的是假水，希望公司核实。

» 重视客户体验
“套改贴”工艺应运而生

客服人员积极响应，通过核对产品生产批次信息及产品照片，发现属于旧包装的套标产品。客服人员耐心向刘先生介绍产品的生产工艺及包装特性，标签套上瓶身后经过热力收缩，标签图案有时不能呈现最佳印刷效果；另如在流通储存环节防护不当，可能会导致产品瓶身轻微



歪斜，通常情况下不影响产品质量。针对上述问题，公司已经有改良方案，新包装的贴标产品会陆续上市，欢迎消费者关注并继续反馈宝贵建议。刘先生表示认同并对公司重视消费者体验的态度表示肯定！

2023 年，为进一步提升产品形象和包装性能，不断提高消费者满意度，华润饮料启动了瓶装水标签“套改贴”项目，将瓶装水原来的“套标”工艺改为“贴标”工艺，全国工厂根据生产计划陆续切换新工艺。

华润饮料修改完善《关于强化营运管理防范跨区规定》(2023 年修订版)，对于公司接到客户投诉违反合同约定销售区域跨区销售行为后，会根据跨区管理相关制度条例，对主动跨区销售的违规客户进行处罚。报告期内，公司共严肃查处 18 起主动跨区违规销售的情形，有力保障经分销商客户合规销售权益。

客户满意度调查

2023 年是华润饮料连续开展客户满意度调查的第 18 个年头，公司持续监测客户满意度变化，改善客户服务体系，提升客户满意度；加强客户关系管理，从多角度了解客户反馈，并将调查结果作为提升客户满意度的工作方向，形成客户关系维护的闭环管理。

2023 年，华润饮料调研结果显示客户与消费者总体满意度为 90 分，相较往年提升 1 分，各类客户及消费者满意度均处于行业高位。

客户与消费者总体满意度

90 分

倡导可持续消费

华润饮料积极承担绿色低碳发展的企业责任和社会责任，不断优化管理措施，全面推动公司可持续消费发展。

2021 年起，采购的商用展示柜 100% 采用零臭氧损害潜力 (ODP)、天然且无温室效应的 R290 碳氢冷媒；

升级市场设备低碳节能技术，全面采用 LED 光源及玻璃门双层离线 Low-E 等技术，单台冷柜节能达 40%+，均达国家一级能耗标准；

加强市场设备巡查、仓库翻新再投放等工作，提升市场设备使用周期，截至 2024 年初，市场设备 4 年以上续存率 54% (2013—2020 年)；

不断推行无纸化过程管理，截至 2023 年底，已实现 100% 使用线上管控移动过程，96% 设备全流程无纸化 (采用电子合同、线上押金收退)，持续减少纸质单据及快递运输为碳达标做出贡献。

强化责任营销

华润饮料高度重视负责任的营销工作，持续完善并强化负责任营销制度体系，确保营销方式和内容的合理合规性，保证产品的销售及市场推广宣传与产品的品质、形象高度契合，避免任何夸大其词或过度渲染的宣传行为；对产品标签实施严格的标准规范，确保标签信息的真实性、准确性，易于理解和辨别，严格遵循相关法律法规，坚决杜绝虚假信息 and 可能误导消费者的宣传内容，切实保障消费者权益。

保护知识产权

华润饮料严格遵循国内外知识产权法律法规，依循公司内部制定的《华润怡宝知识产权管理制度》《华润怡宝知识产权申请工作流程指引》《华润怡宝维权工作指引》《华润怡宝商标使用证据备案流程指引》等一系列相关制度，从保护自身知识产权和尊重他人知识产权两个维度出发，对涉及公司著作权、商标权、专利权、打击假冒伪劣产品等方面的知识产权管理工作，设定详细的处理流程和管控机制。截至 2023 年底，公司拥有 1,039 项注册商标、80 项专利、62 项已登记著作权及 6 个域名。

同时，公司致力于通过培训增强员工知识产权保护意识，组织员工参加《专利基础知识、专利挖掘与交底书撰写》专项培训课程，提升员工对企业技术创新成果保护的重视程度。2023 年，针对市场上出现的仿冒公司品牌的侵权行为，公司果断采取了协商调解及行政投诉等方式，成功处理仿冒案件 4 起。

向绿而行 共享低碳新生活

环境责任



篇章概述

华润饮料积极响应“双碳”战略，大力推动企业绿色发展进程，不断健全和完善环境保护管理体系，倡导并践行绿色办公和绿色生活理念；在日常经营活动中，持续提升能源使用效率，减少资源消耗，着力降低污染物排放，努力将对环境的影响降至最低；努力打造绿色供应链，加强生态保护治理，促进人类与自然环境的和谐共生。

重大性议题

环境合规
水资源管理
可再生能源管理
“三废”管理
发展循环经济
绿色包装
温室气体排放
保护生物多样性

SDGs 指标



篇章绩效

温室气体总排放量	绿电购买量	新鲜水用水量
86,162 吨二氧化碳当量	4,420,000 千瓦时	799.20 万吨
水资源消耗强度	重复用水量	环保总投入
4.27 吨/万元	128.89 万吨	600 万元
		节能减排技术改造投入
		520 万元

「责任故事

» 无论你怎么变 都是我的宝贝 *redsurve*

当今时代，食品和饮料包装已成为现代生活的重要组成部分，在提供便利服务的同时，如何有效降低包装对环境的负面影响，不仅是食品饮料行业面临的挑战，更是世界各国共同关注和探讨的重要议题。

作为中国瓶装水企业龙头，华润饮料长期致力于为大众提供安全、健康、美好的生活体验，不断创新满足消费者多元的饮料需求，探索包装的可持续迭代，同时更加注重推动绿色可持续发展。



源头减塑，让绿色可持续

公司以设计和材料为抓手，双管齐下，助力饮用水及饮料产品包装源头减耗。一方面，积极践行轻量化包装策略，通过降低包装材料的使用量和重量，从源头上减少资源消耗，降低成本的同时，兼顾了有效降低因能源过度使用产生的碳排放。另一方面，采用可回收的材料，减少对环境的影响，并通过包装升级等方式，以更低碳环保的新材质完成对旧包装材质的替代。包装研究高级经理王鹏涛表示：“我们持续对包装进行优化，产品标签层面，在不影响物理使用的情况下，从设计阶段就致力于减少PVC材料的足迹，基本上所有饮料产品标签启用PETG材质，所有水标签切换成OPP材质标签，在力争100%可回收利用的同时，尽量减少对环境的影响”。

2023年我们在加油站、政企、航空、餐饮等特通渠道推出怡宝520ml饮用天然水，该产品除了瓶标上的品牌标志绿色，几乎全身透明。这极简设计甚至一度被网友夸上热搜。而同年推出的另一款瓶装天然矿泉水“本优”也因其极简的包装风格，被网友称赞“这个简约包装深得我心”，还有人“冲着颜值买了”。值得一提的是，这种简约的设计不仅美观更使得产品标签材料用量锐减81%。

我们提倡使用可回收包装材料，积极推广可回收、可再生以及可重复利用绿色环保材料的测试开发，目前我们包装饮用水产品及饮料产品的瓶身和瓶盖所采用塑料已实现100%可回收，为地球资源再生作出积极贡献。

产品标签使用量锐减

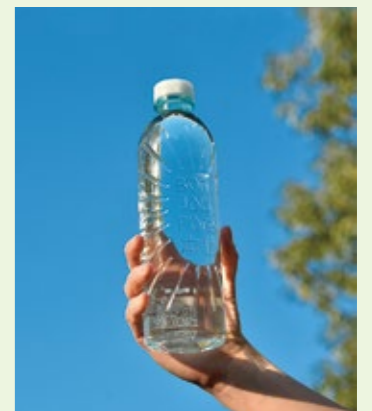
81%

2023年共回收纸箱和塑料膜包近

100,000,000 个



怡宝 520ml 饮用天然水



“本优”天然矿泉水

此外，我们还将这种绿色环保的理念推广至全产业链伙伴。无论是占地方的纸箱壳，还是不起眼的塑料膜包，都可以享有被便捷回收的春天。2023年，公司在各销售大区开展“拆箱有礼”活动，通过“废旧纸箱和旧膜包换瓶装水”的绿色激励措施，激发了广大合作商家的参与热情，全年共回收近亿个纸箱和塑料膜包，极大促进了外包装的循环再利用。



“拆箱有礼”活动现场

「责任故事」

宝贝重塑，让时尚可持续

为提升公众环保意识，彰显华润饮料所担负的社会责任，2023 年，我们发起一项关于塑料瓶循环再生议题的全新环保公益项目——“宝贝重塑计划”。该项目携手政府部门、社区街道、环保机构、大众媒体等多方资源，共同打造一个开放、互助、共进的平台，通过公共倡导、再生设计、科普展览、社区互动等方式，让社会大众直观了解塑料瓶循环再生全过程，并感知收获时尚的塑料再生制品，推动塑料再生循环的全社会参与，传递可持续发展理念。

我们将放错位置的“宝贝”经过清洗、切片等十几道专业工序，从一个瓶子，成为颗粒、丝线、布料、板材……经过专业机器和技术处理的塑料瓶，摇身一变，成为各种生活用品，重新回到人们身边。



由塑料瓶再生制成的生活用品展示



由 58 个塑料瓶盖再生制成的遮阳伞

捐赠环保桌椅和书架

106 件

使用回收 PET 塑料瓶近

50,000 个



【拓展阅读】“宝贝重塑计划”获得《人民日报》报道



【科普视频】宝贝重塑专题片



“宝贝重塑计划”启动仪式

同时，华润饮料将宝贝重塑的绿色循环延伸至乡村，携手华润化学材料，在福建清流李家中心小学，匠心构筑了全国首座以“低碳环保”为主题概念的图书馆。将废旧塑料瓶和瓶标通过技术手段“变废为宝”，摇身一变成 106 件崭新环保的桌椅和书架。这所图书馆的搭建，使用了近 50,000 个回收的 PET 塑料瓶，巧妙地将塑料再生的智慧融入乡村的书香世界，让环保与知识的种子在同一片蓝天下共同成长。



「责任故事」

多方聚力，让美好可持续

我们主动深入社区街道，走向城市公共空间，办公室庄小楠说道：“‘宝贝重塑计划’的创新就在于社区推广，通过各种共创环节，增加互动形式，与社会公众结合更加紧密”。开展形式多样的“宝贝重塑”活动，除塑料瓶回收兑换之外，还有塑料再生知识主题科普展、可再生产品手工坊和 DIY 绘画创作等活动。以多元形式和丰富互动，让广大市民亲身参与、体验塑料再生利用，潜移默化地影响人们进行垃圾分类和循环消费等日常行为，树立“可持续再生”的生活新风尚。大家纷纷表示“这种活动真的很有意义，有了参与感，也让人更直观地了解了绿色生活”。

收到市民收集的塑料瓶

35.10

 千克

值得一提的是，“宝贝重塑计划”还将饮料瓶回收再生的公众教育带入了社区，打造了社区循环美学的创新项目。在华侨城社区的试点活动中共收到市民收集的塑料瓶共计 35.10 千克，由专业环保机构塑答为活动收集的塑料瓶、纸箱及铝罐进行了负责任的分回收与处理，进入资源回收与再生流程中。根据 USA EPA.GOV RECON 数据工具与 GHG EQUIVALENCIES CALCULATOR 温室气体当量计算器换算，该次活动回收的塑料瓶将帮助地球减少碳排放 45.28 千克。



“换享集市”主题活动



市民在回收塑料瓶上创作

“宝贝重塑计划”开展半年以来，取得了不俗的成绩，仅仅是塑料可再生周边和公共设施制作、员工低碳生活线上打卡挑战这两项就总共减少了碳排放 3,186 千克，相当于节省标煤量 1,225 千克，得到了社会、政府、媒体等各界的高度认可。2023 年 12 月，华润饮料获评深圳市城市管理和综合执法局颁发的“深圳市垃圾分类先锋企业”荣誉称号。

减少碳排放

3,186

 千克

未来，华润饮料将深入开展“宝贝重塑计划”，助力塑料再生循环的全社会参与，有效提高公众的回收意识，推动可持续消费习惯的养成，进一步促进碳足迹的降低，努力营造健康循环经济产业链，推动低碳经济和生态文明建设。

完善环境管理

强化管理体系

华润饮料严格遵循国家环保政策法规要求，系统构建了包括《环境因素识别、风险评价和控制》《华润怡宝生态保护指南》在内的多项内部环境管理制度。针对行业内突出的环境议题，公司进一步制定《华润怡宝 EHS 管理办法》《华润怡宝 EHS 激励管理办法》，明确 EHS 事故事件的问责机制，健全 EHS 工作的监管流程和考核体系，提升企业的环境管理水平。此外，继续沿用华润集团 28 要素化管理体系对环境保护和节能减排等指标进行系统化管理，落实相关环境保护具体措施，不断完善企业的环境治理体系。

提升环境应急能力

华润饮料高度重视并积极响应环保领域的突发状况，编制修订相关环保应急预案，其中包括《应急响应处理方案》《防化学品泄漏雨水井系统应急响应方案》《油品泄露应急响应方案》《食堂天然气泄漏应急响应方案》等，做到 EHS 事故事件响应程序标准化、流程化。此外，公司定期组织开展各类环保应急演练专项活动，通过实战模拟强化员工应对突发环保事件的能力与素质。2023 年，公司在报告期内无环保违法违规情况。

» 嘉定工厂 强化环保应急演练

嘉定工厂秉持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，不断提升应对突发安全生产事件的快速反应和应急处置能力，按照“快速反应、迅速抢修、相互配合、统一指挥、有效处置”的原则保证抢险任务的顺利完成，最大程度地降低人员伤亡和财产损失。

重视环境管理体系认证

华润饮料对环境管理体系认证工作给予高度关注，并视其为提升内部环境管理水平、驱动企业可持续发展的重要依托，积极推动 ISO 14001 环境管理体系和 ISO 50001 能源管理体系建设和认证工作。

倡导绿色办公

华润饮料积极响应国家节能减排的号召，培养全员的环保意识，积极引导员工将环保理念融入到日常工作生活的各个环节。在办公区域，公司鼓励员工厉行节水节电，广泛应用办公自动化系统和视频会议技术，推动无纸化办公。2023 年度召开视频会议 5,714 场次，减少 82,797 人次员工出行；在业务领域，大力推进电子办公平台建设，减少纸质单据使用，实现全程线上化管理。截至 2023 年底，公司在办公及运营中总计节约纸张达 56 吨，年耗纸量同比下降 5.9%，鼓励各部门订阅电子书刊代替纸质报刊，年预定册数同比降低 5.82%。

节约纸张 年耗纸量同比下降

56 吨 5.9%

纸质报刊年预定册数
同比降低

5.82%

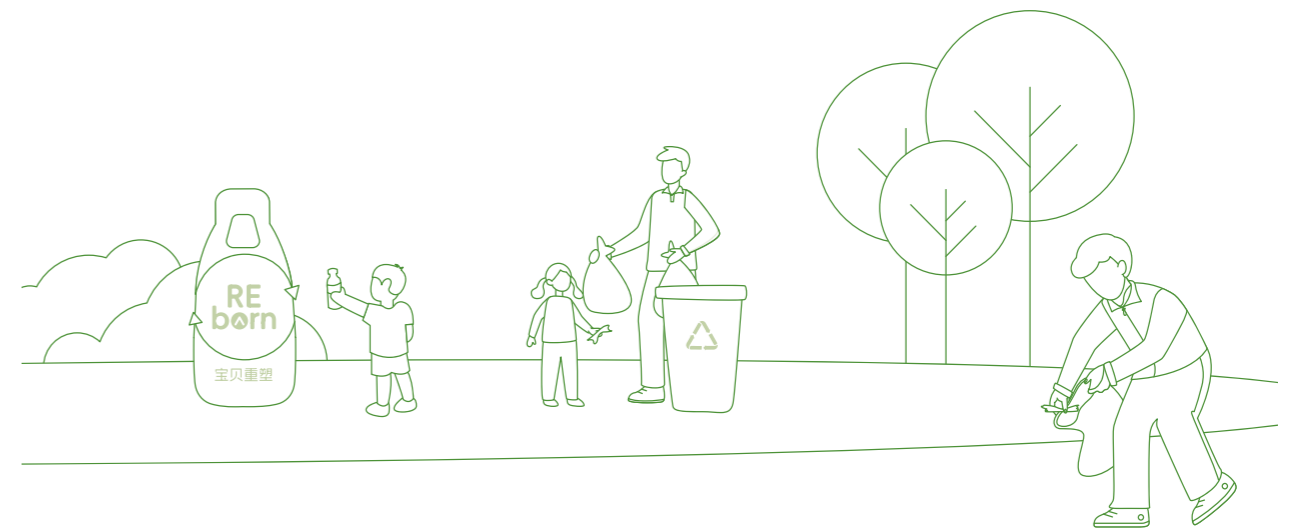
开展环保宣教

绿色文化是华润饮料企业文化的重要组成部分，公司重视向公众宣传绿色低碳、循环无废的新生活理念，开展并推进塑料瓶回收计划，启动“宝贝重塑计划”，推动全社会参与塑料的循环再生；利用宣传画报、横幅展示、展览展示、专题讲座、宣传手册等形式，辅以线上途径如官方网站及微信公众号等数字化渠道，大力宣传推广环保政策，普及生态环保知识，提升全员绿色低碳意识。基于各个销售区域和生产工厂的具体情况，公司定期组织开展各类特色环保教育培训活动，实现环保宣教工作在全公司范围内的全覆盖。

» 华润饮料 丰富环保宣传形势



华润饮料借助新兴媒体的宣传优势，利用“互联网+”（网络、微信、微博、网页及 QQ 等）、短视频等方式，积极宣传节能低碳相关资讯，直观表现环保节能的重要性，在公司内部和社会上产生较大影响，共绘绿色美好未来。



优化资源利用

完善工艺技术

华润饮料积极响应节能降耗和清洁生产政策导向，持续优化生产工艺流程，积极推动节能设备改造，实施精细化管理模式，提升能源利用效率。统筹推进产品套标改贴标工艺流程优化工作，有效降低蒸汽热能及电加热消耗。截至2023年，华润饮料已对其旗下28条生产线进行了优化升级，涉及南宁、六安、长沙、珠海、嘉定、江门和肇庆等多家工厂，均已顺利完成设备优化安装并进入调试运行阶段，预计可节约能源1,435吨标准煤。

» 长沙工厂 开展节能减排项目

为积极响应公司节能降耗的战略部署，长沙工厂采取了一系列有力措施。通过整治跑冒滴漏现象、改进冷却塔风机控制方式、优化产线吹水设备效能、提升低气压吹气控制技术、调整加温炉灯管功率设置、缓解高压机排气压力以及落实“套改贴”项目等多元化手段，成功实现了电耗同比减少6.69%，为公司节约成本约95.3万元，节约电量128.78万千瓦时。



嘉定工厂引入了全新节能型冰水机组，采用一级能效标准的变频压缩机技术，既确保了优良的制冷性能，又显著降低了电量消耗，实现年节约用电量40.8万千瓦时。

» 嘉定工厂 更新冰水机组

» 南宁工厂 进行“套改贴”项目优化



2023年3月，南宁工厂完成了“套改贴”项目的施工工作，这一改进使得生产线的单位产品电耗有所下降。据统计，2023年总计节省电量121.86万千瓦时。

发展绿色能源

华润饮料加快绿色低碳转型步伐，重点提高光伏发电等可再生能源利用水平，优化能源结构，逐步减少化石能源消耗。2023年，华润饮料大力推进自有工厂分布式光伏发电项目的建设，提高绿色电力占比，共启动6个新改扩建项目、4个在营工厂项目，其中3家工厂已完成光伏安装和并网工作，全年共购买绿电442万千瓦时，同比增长167.88%。其余项目则计划于2024年第二季度全部竣工，所有光伏项目安装并网后，预计年发电总量可达8,363万千瓦时，可有效降低二氧化碳排放量59,435吨。

2023年绿电购买量同比增长

167.88%

已完成光伏安装与并网工作的工厂

3家

所有光伏项目安装并网后，预计可有效降低二氧化碳排放量

59,435吨



» 深圳工厂 启动光伏项目建设



2023年10月19日，深圳工厂光伏发电项目破土动工，并已于同年12月19日圆满完成了全容量并网任务。该项目巧妙利用了华润饮料园区内综合楼屋顶等空间，构建一座总装机容量达888kWp的分布式光伏电站。项目建成投产后，预计每年可提供清洁电能105.8万千瓦时，相当于减少约836.34吨二氧化碳排放。



强化排放管控

共计建成废水治理设施

11 套

废水排放量同比下降

11.5%

废水减排

华润饮料严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》和《中华人民共和国水法》等相关法律法规的规定，不断完善废水排放和运行管理措施，共计建成废水治理设施 11 套，覆盖旗下所有自有工厂，废水排放浓度达到或优于国家标准。2023 年废水排放量 111.83 万吨，较 2022 年下降 11.5%。

此外，公司制定《污水排放管理规定》，并定期开展污水检测，确保排放合法合规。

废气减排

华润饮料废气排放源包括二氧化硫、氮氧化物、厨房油烟、VOCs 等。公司在生产线配置抽风系统，对排放气体进行过滤处理，确保其符合排放标准后排出；针对厨房油烟，设立专用排放管道，经由净化处理设备严格处理以确保达标后再进行排放。

废弃物减排

华润饮料依据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规要求，对危险废弃物、一般废弃物做出明确的区分和界定，制定相关管理办法，明确各部门职责，对废弃物进行分类管理。2023 年，一般固体废物产生量为 1,420.71 吨并 100% 完成处置；危险废弃物产生量为 7.60 吨，已处置 6.97 吨，剩余未完成处置的危险废弃物将于 2024 年底前统一完成处置。

一般固体废物产生量

1,420.71 吨

危险废弃物产生量

7.60 吨

废弃物分类处理措施

- 一般废弃物**
包括生活垃圾、工厂垃圾等。华润饮料设立专职机构收运后，按照相关规定和标准进行集中处置。
- 可回收废弃物**
包括废纸类、废金属、废 PET 等。华润饮料鼓励回收和循环利用，如二次使用无破损、受潮、胶屑、异味等情况的纸箱。
- 危险废弃物**
包括废弃墨瓶、硒鼓、电子设备、灯管等。华润饮料建立危险废弃物仓库进行分类存放，并委托具有回收资质的回收商进行统一处理及弃置，确保有害废弃物合规处置。

噪音处理

华润饮料严格遵守《中华人民共和国噪声污染防治法》以及《建筑施工场界环境噪声排放标准》(GB12523-2011) 等相关法律法规及行业标准，合理调度施工时段，采取一系列防控措施降低施工噪声污染，如合理安排高噪声设备施工作业时间等。

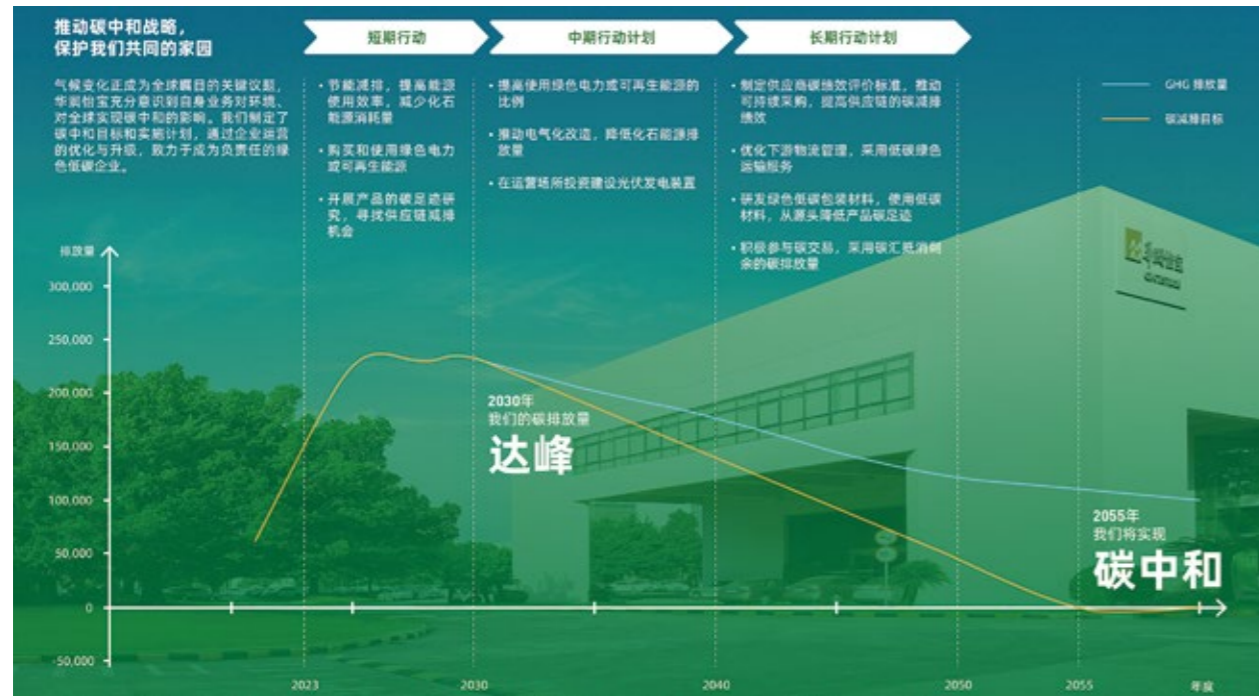
扬尘治理

华润饮料采取多种扬尘控制措施，着力强化施工现场的扬尘污染防治。具体措施包括：设立围挡并配备喷淋设施；对易产生扬尘的物料实施库内封闭存储或严密覆盖；及时清理路面渣土；科学规划车辆运输；定期对工地进行洒水抑尘等综合性防治手段，以最大限度减少扬尘对环境的影响。

开展降碳行动

锚定“双碳”目标

华润饮料参照“世界能源基金会”发布的《中国碳中和综合研究报告》，在充分考虑 2°C 和 1.5°C 两种不同升温情境的预测分析基础上，制定 2020-2060 年的碳中和目标及其实现路径。公司以 2021 年为基准年，设定基准年排放量为 62,674.7 吨 CO₂-e/ 年的目标，并按照集团要求，持续自身完善碳排放管理制度，依照碳达峰 5 年管理路线图规划方案，推动改善项目落地执行。



碳中和目标及其实施路线图

GHG 减排目标

	积极减排方案	保守减排方案
达峰目标	2030 年实现碳达峰	
长期目标	2040 年比基准年减排 50%，2050 年实现碳中和	以达峰年为基准，平均每年减排 4%，每 5 年减排 20%，2055 年实现碳中和
中期目标	2035 年比基准年减排 5%	

加强降碳管理

华润饮料不断修订完善“碳管理体系”，全面梳理碳排放数据，对总部及部分已投产自有工厂开展碳足迹盘查，并完成温室气体数据核查认证工作；由生产中心主导，积极在全厂范围内开展数字化建设工作。目前已在宜兴工厂启动全面的生产管理数字化建设工程，该项目可以更加直观展现基层单位的碳排放状况，实现精准管理。



华润饮料温室气体核算范围主要涵盖 CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃。温室气体排放数据按二氧化碳当量呈现，并根据《联合国政府间气候变化专门委员会 2006 年国家温室气体清单指南 2019 修订版》规定计算。



华润饮料获得全国（深圳）优秀外商投资企业绿色碳减排奖（2022-2023 年度）

强化水资源管理

水源管理

华润饮料使用符合国家饮用水标准的水源生产产品，并实施严格的水源质量管控体系。采取一系列与天然矿泉水生产相关的水源保护措施，包括监测水土流失情况、恢复重建受损土壤及植被、设立环保采矿管理基金及与当地政府部门合作。公司已于万绿湖获取了第一个天然水水源。

节水管理

华润饮料坚持水足迹全生命周期管理，管理生产用水，通过对浓水回收再利用，收集处理生产废水，优化生产工艺，改造水处理系统等方式，实现水资源的高效利用。此外，我们在工厂张贴节水标语，开展节水公益活动，增强员工的节水意识。2023 年，华润饮料重复用水 128.89 万吨，重复用水率达 13.39%。

重复用水量

128.89 万吨

重复用水率

13.39%

节水改造



液位自动控制，100%回收，消除了靠原RO膜运行压力推送带来的弊端

◆ 嘉定工厂开展浓水回收、洗瓶水回收以及洗盖水灌装流程优化等工作，2023 年水线水耗同比下降 1.7%，饮料线水耗同比下降 20%。

◆ 六安工厂通过优化水处理供水与产线用水平衡，以及对水处理盲管进行改造升级，有效地降低了微生物风险，并提高了整体水回收利用率，降低水耗。全年共计节约用水约 5.76 万吨，年度节水成果显著。



◆ 宜兴工厂开展水处理回收项目，利用 RO 系统、超滤系统对 RO 膜、超滤膜、碳罐清洗水进行回收处理重新利用，年节约用水约 10.2 万吨。

节水荣誉

2023年,华润饮料长沙工厂、嘉定工厂、南宁工厂获得中国饮料协会“节水优秀企业”称号,江门工厂获“节水优秀生产基地”称号。



嘉定工厂荣获“中国饮料行业节水优秀企业”称号



南宁工厂荣获“中国饮料行业节水优秀企业”称号



长沙工厂荣获“中国饮料行业节水优秀企业”称号



江门工厂荣获“中国饮料行业节水优秀生产基地”称号



打造绿色运营模式

绿色采购

华润饮料坚持“绿色采购”理念,全国纸箱采购(除西北地区外)平均供货距离在 200 公里范围内。通过本地化采购缩短运货距离,减少碳排放,支持当地经济发展;优先采购对生态环境影响较小且带有环保标识的产品;建立绿色采购标准要求,分阶段将其融入到各个供应链环节中,主要包材品类的供应商需通过“环境影响评估认证”,推动供应商落实低碳经营理念、强化节能减耗。

全国纸箱采购(除西北地区外)平均供货距离在

200 公里范围内

绿色包装

华润饮料积极推行包装“绿色转型”,在保证产品安全和消费者体验的前提下,推广新材料、新技术、新设备和新工艺,推行节材与节能技术改造,减轻包装材料对环境产生的压力。

自 2023 年开始,公司推行饮料新品标签,减少使用 PVC 材料,所有饮料产品标签启用 PETG 材质的标签,于 2024 年第一季度已将饮用水瓶身标签切换为 OPP 材质标签,同时通过优化胚模螺纹口、生产轻量口胚等方式,减少塑料包装材料的使用。

积极响应循环经济号召,推进材料再循环利用,实现瓶胚、盖子采用塑料箱、铁框等可长期循环利用的外包装材料。

已完成对 350ml、400ml、555ml、1.18L、1.55L 及 2.08L 水产品的包装优化,其中,通过瓶口轻量化项目,平均每瓶可节省 0.38 克原材料。

» “本优”瓶装天然矿泉水优化包装



2023 年,华润饮料旗下的新品“本优”瓶装天然矿泉水上市,其产品标签和包装样式经历了显著革新。瓶身标签从传统的包裹式套标转变为更为简洁的直接贴标设计,使得标签材料用量锐减 81%;外包装摒弃了传统纸箱包装(304 克/个),转而采用薄膜包装(46 克/个),使外包装原料使用减少了 85%。这两项变革显著减少了包装材料对环境的影响,体现了企业对可持续发展的承诺。



OPP 标签成品图



PVC 标签样本

绿色运输

华润饮料搭建物流信息管理平台，通过数据可视化管理，合理优化物流运输路线；积极推动绿色物流，推进公转铁、公转水运输。在渝贵、湖北、川云、沪浙等地推进铁路运输，实现货物的“门对门”运输，提高运输的便利性和效率，累计全国铁路运输量 737 万箱，水路运输量 98 万箱。

全国铁路运输量

737 万箱

水路运输量

98 万箱

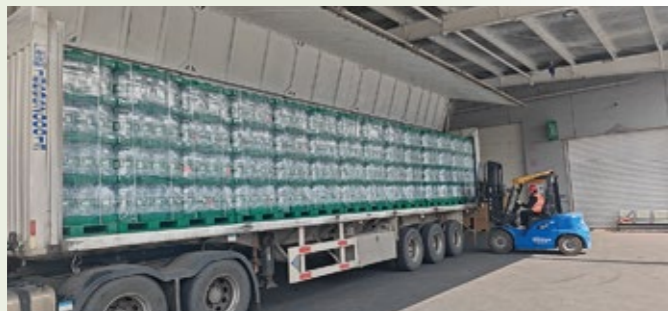


铁路运输

全国带板运输比例
同比上涨

5%

为提升工厂、客户装卸效率，华润饮料提高车辆周转率和装载率，大力推进带板运输及双层带板运输。并积极探讨双层隔板新车型，推动车辆标准化、码垛标准化；规范物流运输车辆，提高运作效率，降低社会系统物流成本。2023 年全国带板运输比例为 49%，较 2022 年上涨 5%。



» 宜兴工厂 优化运输模式

宜兴工厂积极推进带板运输项目，2023 年带板率接近 80%，有效减少产品散装过程中破损，大幅提高发货效率（装车用时平均减少 3/4）。

2023 年，华润饮料对物流信息管理系统（TMS）进行升级优化，新增多式联运等功能支持更多业务场景，并于 2023 年 8 月全面上线使用，实现物流全过程信息化管理，驱动智能化运营。物流承运商通过线上预约有序管理车辆到厂时间，有效降低车辆资源浪费的可能，减少碳排放；借助数据报表及可视化看板，对物流运力、物流线路及物流费用进行分析优化，为打造绿色、智慧物流提供数据及技术支持。

加强生态保护治理

华润饮料始终以保护生态环境为己任，高度重视生态保护与治理，严格遵循《建设项目环境影响评价管理办法》，制定《华润怡宝生态保护管理指南》，在日常生产运营中切实履行环境管理职责，尽可能降低由自身生产运营所带来的环境影响。2023 年，华润饮料未发生对生物多样性及生态环境有重大影响的事件。



项目筹备

委托专业的环境影响评价机构对建设项目进行环境影响评估，充分考虑项目所在地的生态环境、资源保护情况以及项目可能带来的潜在影响；在选择新建项目地址时，充分对选址地区周边生态环境的影响进行全面详尽的分析与评估，遵循“三无原则”，避开自然保护区、风景名胜、珍稀濒危野生动植物天然集中分布区等环境敏感区域。

施工期间

积极采用绿色设计理念，优化项目设计方案，优先选择节能建筑材料；采取多元化的综合环境治理策略，如对施工活动区域实施严格限定，开挖土方进行及时回填，迅速清理和外运建筑垃圾，设置围挡等措施，预防和最大程度减轻项目施工期间对环境和动植物栖息地可能造成的负面影响。



项目建成

在项目区域内积极开展植树种草，推动裸土复绿，逐步恢复植被，并采取有效措施来保护和促进植被生长，最大限度地降低施工项目对周边生态环境的影响。

» 珠海工厂 全力保障水源地水质



为确保雷公石壁水源地水质，珠海工厂制定常态化巡查机制。安排人员进行定期巡查，特别是当台风过境之后，及时清理引水渠内的杂物残渣，保证水源地始终保持符合生态环境保护的各项要求。

信任相伴 双向奔赴成就彼此

伙伴责任



篇章概述

华润饮料深刻理解合作共赢的发展观，不断加强与企业、高校、政府的战略合作，开展并参与行业沟通交流，共同寻求新的增长点，探索未来发展新方向，引领行业新发展；从公司出发，规范管理的同时，不断赋能产业链、供应链的伙伴，扩大产业影响力，实现整体价值最大化。

重大性议题

引领行业发展
加强合作平台建设
推动供应链履责

SDGs 指标



篇章绩效

签订战略合作协议	接待主要来访代表团	组织团队出访	参与国家、行业、地方、团体标准制定	合作供应商数量
6 项	42 个	35 次	13 项	272 家
供应商年度考核达标率	质量考核合格率	及时交付率	因积极履约社会责任获得考评加分的供应商	淘汰供应商
98.62%	99.65%	95.89%	11 家	2 家
开展供应商培训	覆盖	预警风险		
5 场	1,000 人次	17 次		

「责任故事

» 增资扩产提效能， 华润饮料跑出高质量发展“加速度”

Development

华润饮料积极贯彻落实国家区域发展战略，扎实推进华润“四个重塑”部署要求，依据“十四五”规划全面提速全国产能布局，深化与湖北省丹江口市、温州市文成县等多地合作，充分发挥各自优势，打造好水产业，形成多个推动公司新发展的有力引擎，助力华润饮料做优、做强，锚定成为世界一流综合饮料企业的目标扬帆起航。

宜兴工厂 156 天打造高效投产典范

在市场需求与战略规划的双重推动下，宜兴生产基地第一条生产线“12.8L 大包装水线”在 2023 年 2 月 28 日正式投产，从开工到投产仅用 156 天，创造了华润饮料有史以来的最短建设周期！

当工程部综合事务高级经理宋华林被问到 156 天的建设周期是怎么做到的时候，他说：“宜兴工厂的高效推进离不开各方的同心协力，它是公司‘十四五’规划的第一个项目，在建设之初就制定了明确的目标，团队积极协调各方，克服了现有场地条件有限、施工情况复杂等问题，共同实现了这个目标。”



宜兴生产基地



宜兴生产基地投产仪式

项目建设中，交付工期、设备进场、水电等各方面风险显著，项目团队为保证项目的稳步推进与风险管理，制定 SPM 文件，全方位把控项目建设，合理编排工期，协调各部门共同高效完成相关工作；项目建设精细化推进的同时，宜兴市场监管局提前介入，围绕设施设备布局、制度建设、食品安全专职人员配备、产品标签标识等方面进行指导，公司在材料申报当天就完成了食品生产许可证的全流程审批。

值得一提的是，第二条与第三条生产线也分别于 7 月和 8 月高效建成投产，当宜兴工厂开足马力全力投产后，将新增包装水产能近 195 万吨、饮料产能 25 万吨，进一步保障了长三角及周边地区安全优质饮用水及饮料产品的供给。此外，宜兴工厂投产的“12.8L 大包装水线”采用了全国产、自主研发的全自动生产线，还建成包括注塑、吹瓶、灌装、贴标、包装、码箱等多种工序的高速生产线，在树立项目建设高速推进典范的同时，实现了产能的高质量提升。

新增包装水产能近

195 万吨

新增饮料产能

25 万吨

「责任故事

高标准全品项一体化工厂多点开花

到 2024 年底
将实现注坯吹瓶工序

100% 自有化

2023 年，“套改贴”及
轻量化项目节约成本

3,540 万元

华润饮料围绕“降本增效”管理运营方向，持续提升自产率并优化产能布局，各区域多个生产基地接连“落子”，河源、南宁、武夷山、成都、长沙等工厂项目建设稳步推进；积极构建全品项工厂，依托各地资源优势，加速实现包装水及饮料品类在生产和销售覆盖半径上的稳健扩张。如何实现将规划的产能布局有效转化为业务高质量增长，华润饮料生产中心生产管理部专业副总监包琳给出了答案：“在工厂的选址、项目落地以及资源支撑上，华润饮料以综合运营成本最优为原则，从系统整体的角度进行布局，同时围绕各地不同的水质、环境等方面问题进行有效的风险把控，保证产品以统一的高标准进行供应。”

为进一步有效控制生产各环节风险点，公司进一步加快产品各生产工序的自有化程度。截至 2023 年底，公司仅 3 家自有工厂因设备原因未实现吹瓶工序自有化，到 2024 年底，华润饮料将实现注坯吹瓶工序 100% 自有化；同时围绕空瓶、标签、外包装等包装优化项目，进一步提升管理水平和产线现代化，降低生产成本。全年“套改贴”及轻量化项目，成本共节省 3,540 万元，通过份额及订单控制，节省物料等其他成本 63 万元。



成都工厂二期



南宁工厂



万绿湖工厂



武夷山工厂

截至 2023 年底，华润饮料已拥有 12 家已投产的自有工厂以及 34 家合作生产伙伴，总体年标准产能达 18.8 百万吨，各地工厂不断升级的自动化、先进化高效生产线将助力公司加快转型速度，同时也将成为华润饮料“十四五”发展的重要引擎。

未来，华润饮料将持续提升供应链生产水平，推进精益化管理，实现降本增效，进一步扩大企业的成本优势。有效落实“四个重塑”行动路径，抓住机遇积极面。对新一轮的扩张周期，通过包装水和饮料产品双轮驱动，进一步耕耘布局市场，实现“成为世界一流综合饮料企业”的美好愿景。

总体年标准产能

18.8 百万吨

深化战略合作

华润饮料始终秉承互利共赢的合作理念，致力于同政府、企业及高校等单位构建良好的合作关系，推动合作发展新局面，共谋远景未来。

合作推进

华润饮料通过调研走访、洽谈交流、参与活动等方式增强对外交流，不断加强同地方政府、优秀企业、行业协会之间的战略合作，共筑良好商业生态；围绕发展重难点问题，积极开拓合作增长点，将公司业务与国家、地区等发展相结合，与伙伴共享能力及资源，持续推进项目落地。2023 年，公司基于现有合作项目签署了 6 项战略合作协议；接待主要来访代表团 42 个，并组织团队出访 35 次。

签署战略合作协议

6 项

接待主要来访代表团

42 个

组织团队出访

35 次



2023 年 2 月 21 日，华润饮料与温州市文成县签订合作意向协议。

» 2023 世界田联钻石联赛 厦门站官方合作伙伴

2023 年 9 月 2 日，2023 世界田联钻石联赛厦门站正式举行，这是 2023 年钻石联赛在中国境内的唯一一场分站赛，公司作为本届分站赛事官方合作伙伴，为赛事运动员、工作人员、现场观众和现场媒体人员提供饮用水支持，助力赛事顺利开启。



产学研融合

华润饮料聚焦公司“十四五”战略，深入推进与高校多方面的合作，加快推动产学研深度融合，增强公司高质量发展内生动力，公司与清华大学深圳国际研究生院强化产学研合作关系，成立微生物控制与应用技术联合研究中心。聚焦饮料开发阶段的技术研究，助力高质量饮品的开发，并以此为契机进一步探索与高校产学研的合作模式。



公司与清华大学深圳国际研究生院联合成立微生物控制与应用技术联合研究中心



助力行业发展

华润饮料将“引领行业发展，为大众提供安全、健康、美好的生活体验”作为公司持续发展的内在驱动力，积极携手行业协会，主动参与行业交流、行业标准制定等活动，共同推动中国饮料行业的发展与进步。截至 2023 年底，华润饮料累计加入行业协会 34 个。



公司作为国家食品安全风险评估中心牵头组织的预包装食品数字标签试点首批参与企业的 23 家之一，积极探索采用信息化手段，扩展食品标签展示形式，助力创新发展。



公司积极参加饮料行业之间的交流研讨，2023 年参加了中国饮料工业协会年会暨 CBST2021/CBST2023 国际饮料工业科技展系列活动、2023 中国功能饮料发展研讨会、2023 中国包装水峰会、中国食品工业协会 2023 年会等行业交流活动。

2023 年华润饮料参与标准制定情况

标准	类别
《工业用水定额 第 65 部分：饮料》	国家标准
《果蔬汁类及其饮料质量要求》	国家标准
《T/SQIA 033-2023 碳足迹评价技术要求 饮用纯净水》	行业标准
《感官分析 产品感官质量控制技术及应用指南》	团体标准
《感知分析 适合项勾选法》	团体标准
《感官分析 饮料苦味强度评价》	团体标准
《感官分析 饮料涩感强度评价》	团体标准
《电解质饮料》	团体标准
《流程行业数字化 感官特性数字化实施导则》	团体标准
《菊花 感官审评方法》	团体标准
《甜花香型大叶种工夫红茶》	团体标准
《包装饮用水中铜绿假单胞菌的快速检测方法》	团体标准
《饮料工业洁净用房设计规范》	团体标准



CSTM 感知分析团体标准讨论及审查会

强化媒体关系

华润饮料积极实践多元化沟通，秉持“主动联系、日常维护、及时响应”的原则，通过公司官网、微信、微博、小红书、抖音等自媒体矩阵，及时关注舆论动态、加强信息披露，主动接受媒体监督；与传统媒体平台、主流新媒体平台、头部自媒体等保持良好联动，主动向各地各级传统媒体和新媒体渠道提供慈善公益实践、公司重大新闻、品牌营销活动等信息，向大众传播公司积极、正向信息和品牌形象，讲好华润饮料故事，提高品牌美誉度和影响力。

2023 年，华润饮料未发生较大负面舆情事件；各平台涉及公司总信息量 200,103 条，以营销活动、媒体报道类信息为主，其中正面信息 19,017 条，负面信息 80 条（占总体舆情信息的 0.04%），客诉信息 282 条（占总体舆情信息的 0.14%）。此外，当出现负面舆情，我们第一时间进行回应并采取相应的应对措施，同时积极改善管理水平，从源头减少负面舆情的发生。

负面信息占总体舆情信息

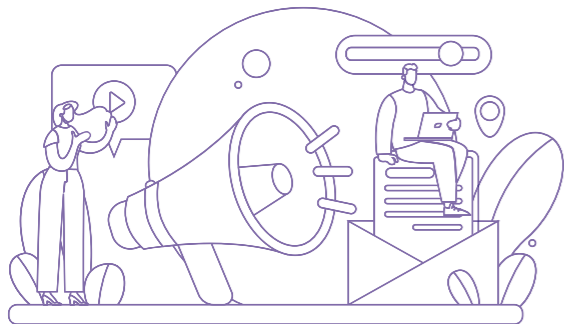
0.04%

客诉信息占总体舆情信息

0.14%



中国女排“微综艺”



【拓展阅读】与网易新闻合作推出“心怀热爱，总有回响”暖心视频



【拓展阅读】携手怡宝马拉松推广大使基督普格推出宣传片

规范供应链管理

华润饮料致力于打造公平、公正、公开、负责任的供应链，全面落实阳光采购，制定严格的供应链管理制度，建立合理的考察考评工作机制，全流程对供应链相关风险进行管控，打造符合可持续发展需求的供应关系。

阳光采购

华润饮料遵循公开、公平、公正和诚实信用原则，规范采购工作，公开发布项目资格要求、技术要求等招标信息内容，平等对待所有供应商，不以不合理的条件限制或者排斥潜在供应商；采购过程严格遵守《采购人员廉洁自律及规范关联交易承诺书》和《阳光宣言》，充分尊重并保护供应商、经销商及其他商业伙伴的合法权益；建立供应链反腐败机制，严格考察考评供应商，设立针对索贿、受贿等行为的监督投诉渠道；要求供应商签署《华润饮料阳光宣言》以及参与招标采购活动的人员签署承诺函。2023 年，供应商《华润饮料阳光宣言》签署率 100%。

公司坚持对违规行为保持零容忍态度，建立常态化的监督投诉举报渠道，接受实名及匿名举报，对违规事件投诉进行调查，并根据调查结果对失职人员进行问责处理，以保障与客户、供应商、经销商及其他商业伙伴长期稳定的合作关系。

供应商
《华润饮料阳光宣言》
签署率

100%



供应商签订阳光宣言

供应商管理

华润饮料制订了供应商管理细则，明确供应商行为守则，详细阐述公司在道德、安全、健康、劳工准则和环保方面的要求。

准入审核

公司设置严格的供应商准入门槛，对供应商的资质（如环评相关批文等）、信誉、合作历史等进行资质审核；对供应商的生产现场（如劳资关系等）进行不定期的检查，确保其能够满足公司的道德和责任标准；在与供应商签订的合同中，加入有关遵守商业道德和社会责任的条款，并明确违约责任。

履约考评

公司通过收集和分析供应商的相关数据（如工伤事故率、排放水平、能源消耗等），评估其在劳工、环境和安全管理方面的实际表现；制订技术支持与社会责任加减分项，引导供应商积极创新，投身公益，倡导环境、健康、安全、和谐，履行社会责任，如发生负面行为将给予扣分；对供应商综合实力、交易行为、履约情况及其他管理方面进行评价，并根据评价结果对供应商进行级别评定、激励、淘汰等管理。

根据审查评估的结果，将供应商分为不同等级或类别（优秀、良好、合格、不合格等），对于考评结果优秀的供应商，给予奖励或激励（如增加订单量、优先选择合作机会）；对于存在问题的供应商，要求其在规定时间内进行整改，并进行后续的跟踪审核，以确保问题得到解决；对于违反商业道德和社会责任标准的供应商实施惩罚，包括暂停合作、终止合同等。

过程管控

建立透明的供应链体系，确保原材料和组件的来源可追溯，以及生产过程的监控；全面应用电子采购，持续深化采购管理平台运用，进一步提高招采规范性及效率；夯实事前、事中、事后全过程管理，严守合规底线，防范风险；加强采购、质量控制、法务等部门之间的合作，共同监督供应商的道德和责任表现；建立投诉处理和纠正措施机制，鼓励员工、消费者和其他利益相关者报告供应商的不当行为，并对发现的问题迅速采取纠正措施；同时建立供应商沟通反馈渠道，接受异议投诉，公正处理相关纠纷。

2023 年公司合作供应商数量 272 家，供应商年度考核达标率 98.62%，其中质量考核合格率 99.65%，及时交付率 95.89%，因积极履约社会责任获得考评加分的供应商 11 家，年度淘汰供应商 2 家。

合作供应商数量

272 家

供应商年度考核达标率

98.62%

因积极履约社会责任获得
考评加分的供应商

11 家

年度淘汰供应商

2 家

共建共享

华润饮料充分发挥在供应链、产业链中的“链长”作用，积极推动伙伴共同成长，通过培训与技术、服务支持并举，实现与上下游企业携手可持续发展。

定期开展管理、技术、质量、环保和社会责任等方面的培训，输出公司先进技术和管理经验，帮助上下游企业理解和遵守公司的商业道德和社会责任要求，提高整个产业链的能力水平。

鼓励上下游企业共同参与社会责任活动，如乡村振兴、教育支持、环境保护项目等，提升整个产业链的社会形象和影响力。

为解决中小企业融资难问题，推广供应商使用守正供应链金融服务，如电子保函、担保等业务，帮助上下游企业改善资金流。

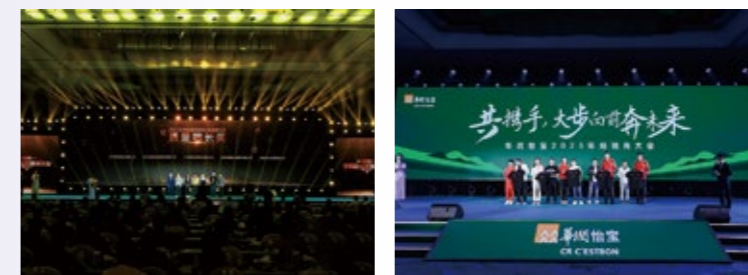
推动上下游企业实施绿色供应链管理，共同减少环境影响，开发可持续产品和服务。

建立风险共担机制，帮助上下游企业在面临市场波动、原材料价格波动等风险时分担压力。

2023 年公司开展了 5 场供应商培训，覆盖 1,000 人次，预警风险 17 次。在原有合作银行的基础上新引入一家银行，拓宽下游经销商的选择面，全年协调合作银行向 600 余家经销商提供授信额度，总额度达数亿元。

» 华润饮料召开“共携手，大步向前奔未来”经销商大会

2023 年 4 月，华润饮料经销商大会在昆明举行。本次大会主题为“共携手，大步向前奔未来”。公司战略管理部、运营中心、生产中心、质量环境安全部分别作了主题报告分享，以促进华润饮料与经销商伙伴们相互信任，深化合作理念，打造资源共享、互利共赢的战略合作生态，构建合作发展新格局。



开展供应商培训

5 场

覆盖

1,000 人次

预警风险

17 次



「暖心陪伴 携手打造幸福职场」

——
员工责任



篇章概述

华润饮料坚持将“尊重人的价值、开发人的潜能、升华人的心灵”作为人才相关工作的宗旨，推动企业价值与员工价值共同成长，在基本权益保证的基础上，用心用情在生活、情感、成长环节为员工提供关怀与关爱，不断丰富员工活动，营造积极向上的工作氛围，激发员工创新创业激情，实现价值追求。

重大性议题

保障员工权益
员工关爱与福利
员工发展与培训
安全生产与职业健康

SDGs 指标



篇章绩效

全年招录员工

2,207 人

落实为职工群众办
实事解难题举措

150 项

员工社会保险
覆盖率为

100%

累计资助

194 个员工家庭

培训总投入

681 万元

发放互助基金超

567 万元

培训超过

6 万人次

「责任故事

» 未来已至 美好起航 Future

培养和造就一支赢得市场领先、创造组织优势、引领价值导向、有使命感与责任感的人才队伍是华润饮料不懈的追求，通过文化培训、价值观塑造、机制激励、轮岗历练，持续激发员工潜力，实现公司与个人价值的共同成长。



有关夏天的约定

每年夏天，夜空中会升起很多闪闪发光的星星，TA 们的轨迹被串联在一起，闪耀在祖国大江南北的上空。

2023 年是华润“未来之星”新员工训练营举办的第 14 个年头，也是华润饮料“十四五”以来首次独立办营。110 名华润饮料培训生的华润之旅在此正式开启。

“我宣布，华南九营，开营！3、2、1，砰！”2023 年 7 月 25 日下午，随着华润饮料管理团队及嘉宾的鸣枪发令，“未来之星”训练营华南九营（怡宝营）在广东东莞理工学院正式开营。营地以“星起点·RUN 未来”为主题，融入公司体育营销品牌文化，设计了独具特色的 21 天“马拉松”成长之旅。公司董事会主席为营员讲授了开营第一课。课上回顾华润饮料的奋斗历程，深刻阐述立足“重塑华润”面对的机遇和挑战，并对营员提出了殷切的期望，希望未来之星能够以自己的才华、青春和热情挑起发展重任。



“马拉松”成长之旅——营地五大体系

光辉 RUN 认同华润·锤炼党性

文化融入、党性教育、思想淬炼、红色之旅

定向 RUN 岗位历练·转变角色

进岗实践、一线走访、角色转变、职业素养

欢乐 RUN 积蕴暖意·释放活力

团队组建、素质拓展、社团活动、营地仪式

越野 RUN 业务之道·以思促行

理解战略、业务赋能、行动学习、创意大赛

彩虹 RUN 产业之美·多元培养

产业观摩、行业动态、多元业务、开拓视野

沿着 21 天的“马拉松”成长路径，公司以学员为中心，邀请集团讲师、公司高管团队、各单位负责人亲临授课。通过军训拓展、党性教育、红色之旅、产业之美、业务经营、课题研讨、8540 主题活动、创意广告片大赛等环节，充分发挥学员主观能动性，激发创造力和想象力，帮助新员工传承红色信仰、领悟产业之美、掌握业务知识、提升综合素质，实现从毕业生到华润人的转变。



新品调研



8540 主题学习

「责任故事」

深入业务，到一线去



工厂实践



市场实践

未来之星训练营不仅是为公司培养一批新人，更重要的是通过文化融入与实践历练为社会塑造一批新人。在开营之前，怡宝营通过“1周走进市场，1周走进工厂”的进岗实践，让营员们带着问题走访终端、深度体验生产工段，用行动去探寻对将来在华润饮料的答案。从采水、过滤、吹贴灌旋、检测、码垛、膜包、入仓等一整套生产流程，再到深入营销一线的客户拜访与交流，扎实的实践让刚从学校毕业步入社会的营员们迈开脚，真正去了解如何将所学的知识发挥、应用到工作与职业发展中。

“这次实践是出了校园，步入社会学会的真实一课，让我知道了一件卖水的小事背后也需要各方人的辛苦付出”，有营员感慨道。这也真切地反映了“1+1”专属进岗计划的意义，将进岗实践做实、做透对将来之星的成才至关重要，也为华润饮料人才体系注入了强劲动力。

下一站，华润饮料

新员工训练营作为社会大课堂的第一课，帮助营员们融入华润文化、面向实际、深入实践，坚定走向人生的下一站，与华润饮料双向奔赴。一名营员在冲过毕营的终点线后认真回顾了这段成长经历，当谈到自己的收获时他说：“我们不仅从领导、老师的授课交流中收获满满，也在与营地伙伴们的相处中得到了很大的改变，让我变得自信，变得勇敢”。



毕营全员终点冲线

【训练营关键绩效】

形成 15 个行动学习课题，5 个优质课题

输出 14 支创意广告作品

1,037 篇实践日志，941 条导师评价，206 份实践调研报告

总计实际跑步里程 2,761.5 公里，人均 25.1 公里

“未来之星”新员工训练营是营员们职业生涯的第一个“马拉松”，但它的结束也代表着新旅程的开始。公司将“未来之星”成长过程中的收获与成绩都整理收录在个人成长档案中，面向营员使其更加了解自我变化发展；面向管理者输出人才使用参考依据；为营员量身定制完备的三年培养规划，通过在岗实践、教练辅导、培训赋能等混合方式，助推“未来之星”能够在三年中打好基础，同华润饮料一道跑向未来！

保障基本权益

华润饮料将人才视为企业的宝贵资源，始终坚持“以人为本”，高度重视员工的基本权益保障，建立平等互惠的劳动关系，塑造多元化与平等的职场环境，为人才队伍建设与员工成长打下坚实的基础。

合规雇佣

公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国妇女权益保障法》以及《禁止使用童工规定》《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规，完善保障员工合法权益的内部制度，持续规范雇佣惯例与流程，严格保护雇员隐私和基本信息，禁止招用童工、禁止骚扰/虐待员工并反对强迫劳动。我们在与员工签订劳动合同时，遵循公正平等、协商一致的原则，明确劳资双方的权利和义务，以协助我们保障员工权益。2023 年，华润饮料未发生重大劳动争议，且不存在使用童工或强制劳工的情况。

本地化雇佣比例

37%

全年招聘新员工

2,207 人

包容平等

注重员工个人发展，促进多样性及平等机会，公司员工由来自 26 个不同民族的同胞组成，分布全国且行业背景多元。我们承诺不因员工的民族、性别、年龄、文化背景、宗教信仰等个体差异而影响录用，坚持保障农民工和残疾人平等就业机会，积极推动吸纳退役军人及女性就业，2023 年公司本地化雇佣比例为 37%。

公司积极响应集团有关香港大学生和港籍青年暑期实习计划，提供实习岗位和培训交流，展示华润的美好形象。2023 年，我们积极履行“稳就业、保民生”的社会责任，积极促进地方人才充分就业，扎实推进高校毕业生招收工作，全年招录 2,207 人，为公司发展注入新的活力。



民主管理

华润饮料构建“总部工会+21 个基层工会”工作体系，畅通职工诉求表达机制，维护职工权益。2023 年，首次召开公司职代会，收集有效建议 3 条，选举产生第一届职工代表大会主席团、专门委员会；集中听取《华润怡宝“十四五”战略规划》；审议通过《职工代表大会实施办法》，职工代表围绕会议主题，认真行使民主权利，积极履行代表职责。

完善薪酬福利体系

华润饮料践行“业绩导向、以人为本”的价值观，严格遵循薪酬与福利相关的法律及法规，并致力为员工提供公平且有竞争力的薪酬福利体系，促进企业和员工共同成长。

休假保障

公司高度关切员工的休息休假需求，为此我们逐年完善休假管理相关办法，优化申请流程和审批效率，督促各单位妥善安排员工的休息休假，有效保障员工平等享有法定节假日、带薪年假、婚假、产假、有薪事假等法定假期和公司福利假的权利。

收入保障

我们依法足额支付员工劳动报酬，特别关注基层员工的收入状况，通过开展收入提低专项行动，重点提高了基层骨干、业绩优秀人员以及薪酬偏低岗位的收入水平，加大了收入分配向基层关键岗位、做出突出贡献的技能人才和一线苦脏险累岗位倾斜。

福利保障

我们依规为员工缴纳社会保险和住房公积金，积极倡导员工加入企业年金计划，此外，我们继续保持边远地区和异地交流人员的福利待遇、加大员工团体保险和年度体检方面的保障力度，努力为员工提供更全面的保障。2023 年，公司员工社会保险覆盖率为 100%。

公司员工社会保险覆盖率为

100%

绩效管理

我们持续优化全员绩效管理和多元激励机制，完善了公司经理层成员经营业绩考核、销售及生产系统绩效激励制度政策，并整合激励资源，增设专项激励，强化业绩考核刚性兑现，鼓励员工多劳多得，进一步激发了员工积极性。此外，我们还建立了便捷的绩效管理信息化系统，方便员工及时查询了解自身绩效表现的同时，督促员工上级做好绩效沟通反馈，推动个人绩效与组织业绩持续改善。



拓宽人才发展途径

华润饮料积极响应集团“人才强企”战略，为系统推进组织能力提升、驱动战略业务落地，不断优化人才选拔、培养、使用、保留机制，全方位多层次培养人才，充分挖掘员工潜能，做到人尽其才。

畅通发展通道

华润饮料为加快推进人才梯队建设，加强人才识别、任用和发展，我们建立了较为成熟完善且符合公司发展需要的岗位职级体系，并持续优化选人用人制度机制，设置了“管理/专业”职业发展双通道，明确了不同职级员工的任职资格与任职条件，鼓励竞争上岗、末等调整，不断强化“能者上、优者奖、庸者下、劣者汰”的正确用人导向。2023年，公司推动员工晋升提拔近 1,000 人次。

助力员工成长

华润饮料始终秉持“尊重人的价值、开发人的潜能、升华人的心灵”的人才工作宗旨，致力员工成长成才、人才梯队建设和组织能力提升，构建经营管理、营销、技能、科技等人才的分层分类培养体系，同时持续完善培训管理机制，为人才培养和发展提供组织保障。

我们聚焦 3 大战略目标和 5 大战略布局，结合集团“四个重塑”和公司“十四五”中期检讨，针对“3+1”支人才队伍实施定向培养，通过“战略承接、梯队培养、专业提升、资源建设”等手段，推动“业务和人才发展双驱动”，助力公司业务发展、变革创新和文化落地。2023年，我们的培训总投入为 681 万元，培训超过 6 万人次，培训覆盖率达 95%，人均培训时长 11.3 小时。

	经营管理人才	营销人才			香港人才	技能人才	科技人才	职能专业人才						
	水润系列	水 young 系列				铸匠系列	专才系列							
直管干部	“水润·领航” 中层管理训练营	水 young · 市场营销训练营	水 young · 现代王者训练营	水 young · 销售管理训练营	“将·领计划” 营销精英训练营	水 young · 香港业务培训班	“匠·领计划” 供应链人才发展项目	新品研发人才研修班	检验检测技术提升班	智数科技人才培训班	人力资源专业能力提升班	新任基层党组织书记任职培训		
核心骨干	“水润·蓄航” 优秀年轻干部培训班												大区个性化 落地举例	“匠·英计划” 部门负责人培训项目
	“水润·启航” 核心骨干（6-7 级）培训班												“飞鹰计划” 销售负责人培训班	
基层员工	“水润·青春” 培训进阶训练营	“成星计划” 高潜业代培训班	“启航计划” 销售业代培训班	“匠·才计划” 潜质部门负责人培训项目	“工程师计划” 技术骨干培训项目									
校招员工“未来之星”新员工训练营						社招员工新员工入职培训班								

华润饮料人才培训体系

华润饮料 分层分类人才培训

经营管理人才培训：打造“水润·助航”副职干部（扩大）培训班



华润饮料为帮助新任副职干部清晰公司管理要求，加快角色转型，升级认知思维，拓宽业务视野，举办了“水润·助航”副职干部（扩大）培训班。培训班围绕“十四五”中期检讨、“四个重塑”工作要求，通过专题课程学习与行动学习研讨，进一步凝聚团队业务共识，推进“十四五”业务布局。



营销人才培训：湖北大区销售团队负责人“飞鹰计划”培训班

华润饮料针对营销系统各专业条线和一线销售团队等群体，聚焦“精耕细作，决胜终端”业务管理要求，不断丰富“水 young”营销人才系列专项训练营，并结合各地业务特点差异化开展销售人才培训项目 366 场，实现大区 100% 覆盖。其中，湖北大区为提升一线团队负责人的经营管理能力和财务成本意识，举办了“飞鹰计划”培训班，通过专题赋能、行动学习研讨、业务交流等方式，提升一线团队负责人的业务操盘能力。

技能人才培训：生产一线技能培训

华润饮料针对一线生产技能人员，积极开展生产线作业规程、精益蓝带/黄带、质量控制、技术检测等各类技能提升培训 364 场，实现生产技能人员覆盖率 100%。不断夯实生产制造水准，提升技能人员的专业知识及技术水平，着力培养造就一批“卓越工匠”。通过课堂面授、主题研讨、技能竞赛、岗位实践等多种方式为一线生产技能人员持续赋能。



注经骨干人才吹瓶模具技术培训

重视员工职业健康

华润饮料始终将员工健康安全管理工作作为首要责任，严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》等职业健康相关要求，成立环境、健康与安全（EHS）委员会，不断完善制度与工作机制，落实防范措施，积极开展相关培训与宣教，全面保障员工的安全与健康。

职业健康改善

公司贯彻落实《华润怡宝 EHS 管理体系手册》、EHS 管理程序及相应指引，实现职业健康工作的标准化和规范化；持续培养员工职业健康意识，落实职业健康相关措施，不断提升公司职业健康管理能力；鼓励员工反馈工作岗位的职业健康风险，积极推进职业健康改善活动，评选优秀改善案例，为员工创造良好的工作环境。同时，我们将继续积极推动 ISO 45001 职业健康安全管理体系建设和认证工作。

职业病防治法宣教

华润饮料积极开展宣传活动。总部编制方案要求并制定宣传海报，通过润工作平台下发职业病防治法宣传手册供下属各单位学习；各基层单位使用电子屏和横幅进行主题展示，在宣传栏粘贴海报进行职业病防治法的宣传，并开展警示教育、职业健康教育培训、职业病危害专项治理工作、职业健康专项检查等活动。



心理健康援助

华润饮料高度重视员工的心理健康，依托集团“润心坊”员工身心健康关爱品牌项目，累计培养 16 名“润心大使”。通过开展员工访谈、一对一关爱疏导、热线咨询、“未来之星”训练营驻营服务和“新员工陪伴计划”等方式，倾听员工的困惑、需求和心声，提供心理疏导与干预支持，及时缓解员工心理压力。



华润饮料润心坊关爱室

关心关爱员工

回应员工期盼

华润饮料切实为职工群众办实事解难题，制定为群众办实事重点项目清单，落实设立职工书屋、母婴室等办实事举措 150 项，解决员工“急难愁盼”问题；秉承“关爱互助，感恩成长”价值理念，设立“员工互助基金”，对遭受重大疾病、重大意外事故和自然灾害的员工家庭及时提供帮扶。截至 2023 年底，基金累计资助 194 个员工家庭，发放互助基金超 567 万元。



落实为群众办实事举措

150 项

员工互助基金
累计资助员工家庭

194 个

发放互助基金超

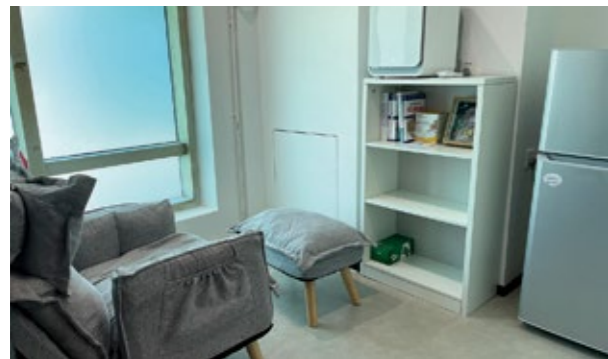
567 万元

用心关怀员工

华润饮料积极开展员工慰问活动，公司领导带队于春节前下基层看望慰问奋战在生产、销售一线的干部员工，送上亲切问候、倾听员工心声、解答员工问题并送上米、面、油等慰问品；公司围绕女性员工所期所盼，在维护女性员工的健康权益和合法权益基础上，采取一系列积极措施打造对女性职工更加公平、友好、包容的职业发展环境，帮助女性职工充分发挥自身潜力。2023 年“三八妇女节”期间，公司开展“38 女神节”主题活动，同时组织深港女员工参加《发挥职场女性力量》专题讲座 / 沙龙活动，增强女性职工职场自信。



华润饮料“38 女神节”主题活动



母婴关爱室



职工书屋

丰富员工生活

华润饮料为进一步打造轻松愉快的工作氛围，帮助员工平衡工作与生活，组织文体协会，开展多元化的文体活动。2023 年，公司建立 10 个文体协会活动开展机制，总部工会举办篮球、足球、羽毛球等文体活动 219 场次，覆盖职工 3,113 人次。

建立文体协会

10 个

覆盖职工

3,113 人次



华润饮料“魔力杯”羽毛球赛



【拓展阅读】华润饮料首届文化月作品



华润饮料“魔力杯”篮球赛

「分享美好 传递温暖正能量」

公共责任



篇章概述

华润饮料始终以大爱之心践行社会责任，努力营造平安和谐的生产环境，强化员工安全生产意识；面对突发灾难，迅速行动驰援灾区；始终对体育抱以纯粹热爱，积极投身大众体育，传递全民健康理念；多点发力助推乡村振兴，真情奉献持续开展社会公益慈善，以行践言，彰显大爱担当。

重大性议题

安全生产与职业健康
社区投入与公益慈善
打造责任品牌
助力乡村振兴

SDGs 指标



篇章绩效

安全培训覆盖率	安全生产事故数	员工伤亡人数	职业病事故
100%	0 次	0 人	0 起
慈善公益总投入超	为灾区捐赠饮用水		
500 万元	17,139 箱		

「责任故事」 240 所乡村公益图书馆的力量与藏在歌声里的“美好”

Better life

“教育的本质是一棵树摇动另一棵树，一朵云推动另一朵云，一个灵魂唤醒另一个灵魂”。

——德国哲学家雅思贝尔斯

2023 年 10 月 30 日，在新疆喀什，一所“美好新声数字图书馆”在当地实验学校落成，这是华润饮料在全国捐建的第 240 所乡村公益图书馆。与传统图书馆不同的是，该图书馆选取喜马拉雅听读机、朗读亭等数字化阅听学习产品，着力打造一个高品质数字化的阅听空间，扩展孩子们的学习场景，为新疆教育提质增效，实现智力援疆。



“美好新声数字图书馆”内配备的喜马拉雅读书机



“美好新声数字图书馆”授牌仪式

华润饮料“怡宝百所图书馆计划”（以下简称“百图计划”），是华润饮料 2007 年发起的，旨在为教育资源相对匮乏的中小学捐建公益图书馆。截至 2023 年底，“百图计划”已连续坚持 17 年，深入全国 20 个省、5 个自治区和 3 个直辖市，播撒文化的种子。近年来，项目不断升级，创新帮扶路径，延伸打造音乐美育课堂、融入数字科技力量，切实提升乡村教育整体水平，并因地制宜辐射带动乡民生活经济，加速乡村振兴，打造体系化、可持续、可复制的“文化振兴”华润模式。



全国爱心募书

- 百图计划爱心募书活动，在全国范围开展，主要募集渠道分为社会线与校园线；通过悦读推广与公益倡议，呼吁社会各界捐赠爱心图书，关爱乡村儿童。

爱心回访

- 百图计划面向社会招募志愿者，并每年邀请他们到乡村的怡宝图书馆进行回访，公开爱心图书捐赠去向，举办悦读主题活动，务实地给乡村儿童更多的陪伴与关爱。

悦读分享会

- 以“共读分享、悦读探索、图书捐赠、亲子互动”为主要内容，开展“百图悦读分享会”，旨在通过正向有益的悦读体验，呼吁社会人士捐赠图书，关注儿童群体的阅读现状。

图书馆捐建

- 根据捐建标准选出教育资源相对匮乏地区的乡村学校，利用学校已有的闲置教室捐建怡宝图书馆。
- 已落成图书馆设置图书馆管理员，并长线进行运营维护，包括：图书馆管理员培训、旧馆软硬件维护/升级等。



怡宝百所图书馆计划

华润饮料“怡宝百所图书馆计划”项目模式

「责任故事」

17 年坚守，为乡村振兴埋下 240 颗种子

2023 年，华润饮料“百图计划”步履不停，在江西广昌、福建清流、宁夏海原等集团定点帮扶县和对口帮扶县，以及新疆喀什、四川大竹等地，联合更多社会公益力量新建 5 所公益图书馆，赋能乡村教育，促进乡村文化自信。在修建图书馆时华润饮料十分注重乡土文化传承，项目相关负责人表示：“我们在图书馆建造之前，会深入调研并紧密对接当地学校的实际需求，细致分析教育环境和文化背景。通过精心策划与构思，因地制宜打造符合当地特色的‘文化主题’图书馆，为乡村孩子营造一个既富于教育意义又充满地域特色的乡俗文化场景，从而激发学生的阅读兴趣，并培养他们的乡村文化认同感，同时也为促进地方文化的传承与发展贡献力量。”截至 2023 年底，华润饮料先后在全国捐建了 22 所主题图书馆。



华润饮料“百图计划”第 238 所公益图书馆在江西广昌县第三小学落成



华润饮料“百图计划”第 236 所公益图书馆——四川大竹中学公益图书馆正式迎来开馆



郑永春博士给孩子们上趣味科普课

在捐建图书馆的同时，我们也时刻关注在图书馆陪伴下孩子们的成长状况。通过定期的爱心回访和公益讲堂，陪伴每一个孩子快乐成长。

2023 年 8 月，我们联合《南方周末》邀请中国科学院国家天文台研究员、科普作家郑永春，一同前往 2022 年捐建的海原曹洼中心小学公益图书馆进行爱心回访，并在馆里为孩子们开展了一节“探索更大的世界”趣味科普课，鼓励他们继续通过阅读去探索和拥抱更大的世界。

当看到孩子们的变化时，曹洼小学校长田维雄的脸上不禁流露出欣慰的神情。“学生们在读过书或者上过阅读课之后能够主动交流，形成了一种学习和分享的氛围，课余时间的校园里也少了一番喧闹，多了很多交流分享，这些是我们作为老师最希望看到的。”

「责任故事」



“珙桐花乡村振兴音乐教室”授牌

为梦而歌，用音乐助力阿依的翅膀飞出大凉山



华润饮料凭借“乡村振兴音乐教室项目”荣获“2023 新周刊美好公益大会之年度美好发声”

2022 年，华润饮料为四川省凉山彝族自治州雷波县汶水镇中心校的孩子们，捐建了一所公益图书馆，还为孩子们修建了全新的篮球场和塑胶跑道。在回访过程中，我们被当地阿依合唱团天籁般的声音所感染。为了更多的人也听到山里的“天籁之音”，2023 年，我们再次走进雷波县汶水镇，与阿依合唱团签订了三年一对一结对帮扶计划。针对音响设备、音乐书籍和师资团队等提供支持，并捐建了一间“珙桐花乡村振兴音乐教室”，为孩子们提供音乐学习的专属空间。这间教室不仅仅承担着振兴乡村的使命，更满载着孩子们的音乐梦想。

歌唱是孩子们的翅膀，借由这双翅膀，他们能够飞向更远的地方。在华润饮料的推动下，大凉山孩子们的绝美歌声被带出了山野，带到了千里之外的都市。他们飞出凉山，来到了四川南江华润希望小镇开展红色研学之旅，登上深圳龙岗文化中心大剧院舞台与著名歌唱家龚琳娜同台演唱，唱响彝族的文化传承与乡村振兴的美好旋律。



阿依合唱团在华润 85/40 大会上用歌声送上美好祝福



阿依合唱团唱响南江华润希望小镇



【拓展阅读】为梦而歌——华润饮料助力“阿依的翅膀”飞出大凉山

产业帮扶，乡村振兴跑出“加速度”

2022 年以来，“百图计划”创新帮扶领域，从教育帮扶、文化帮扶延展到产业帮扶。我们依托清流县和广昌县经济支柱产业开展项目合作，有序加速乡村振兴。为了帮助因知名度不高，一直困扰着广昌县的白莲产业走出去，我们依据当地主导产业特色，在莲花池边上的广场上配备专业的直播设施，搭建为农户专门设计的“白莲文化电商直播间”，通过融合地方文化元素的生态化包装策略，有效推动当地经济发展。此外，在福建清流县，我们充分结合当地的茶叶优势，积极推动开展产业项目对接，以佐味茶事原味红茶饮料为切入点开展项目合作，带动清流县茶产业的发展。



白莲文化电商直播间

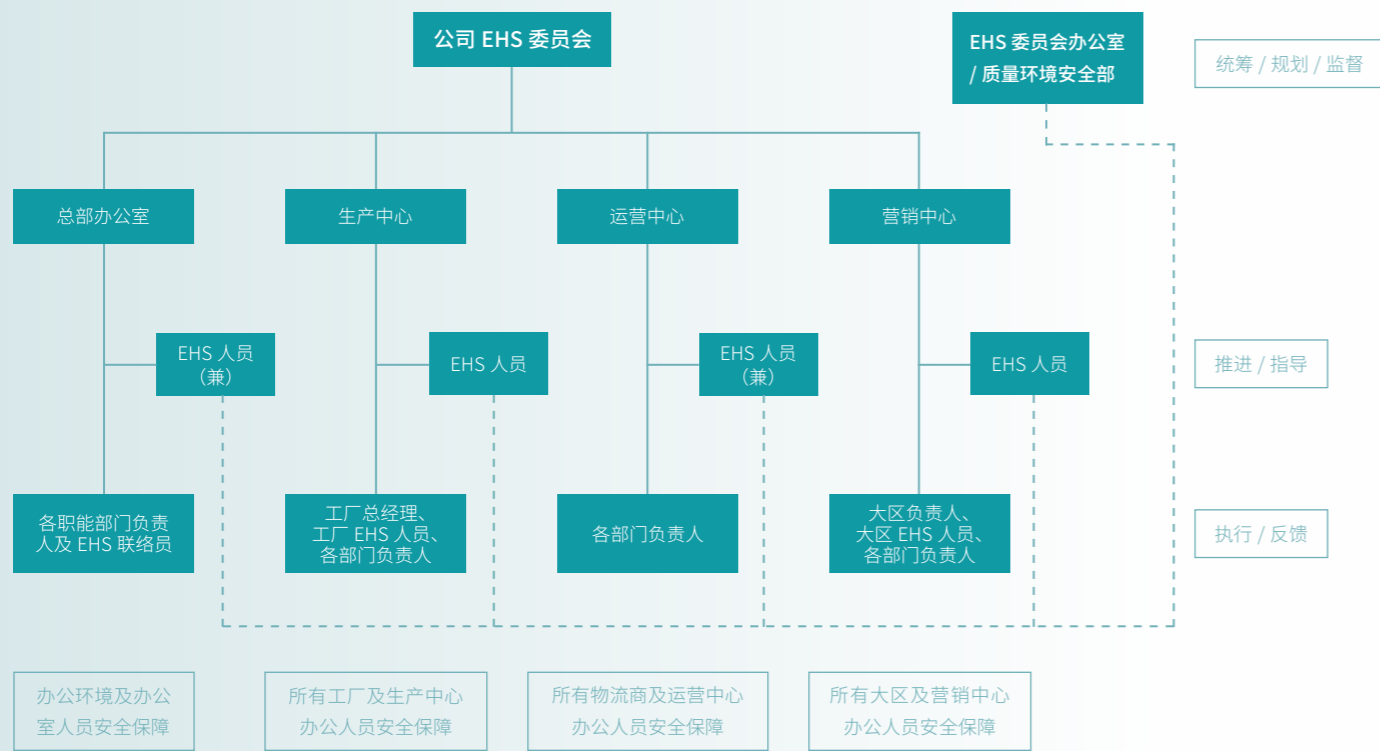
未来，华润饮料“百图计划”仍将步履不停，携手更多社会公益力量，为偏远地区孩子送书送爱，用行动汇聚点滴美好，让悦读见证美好中国。

安全文化建设

安全生产管理

华润饮料严格遵守《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》等职业健康与安全相关的法律及法规，建立安全生产责任体系，明确各级管理人员和员工的安全生产责任；积极推动完善 EHS 管理制度和操作规程，修订并发布《华润怡宝 EHS 管理体系手册》、EHS 管理程序及相应指引 / 规定，实现员工健康安全管理工作标准化和规范化；每季度召开安全生产会议，分析公司安全生产形势，研究解决安全生产中的重大问题。

公司成立安全生产委员会，由公司董事长及高层领导担任，负责全面领导和监督安全生产工作，安委会下设办公室，负责日常的安全生产管理工作。



提升应急能力

公司坚持“预防为主、预防与应急相结合”的方针，完善《EHS 事故事件综合应急预案》和《华润怡宝 EHS 紧急响应计划》等一系列管理规章。积极完善安全生产应急预案与应对方案，定期组织开展消防安全疏散演练、机械设备意外伤害防范、化学品伤害应急处理等现场应急处置演练活动，旨在不断提升全体员工在突发事件中的应急操作能力。2023 年共组织 83 次应急演练。



强化隐患排查与整治


华润饮料高度重视员工工作场所的安全环境建设，积极推动实施包括安全大检查、专项检查及体系审核等在内的风险监督计划工作，并将监察工作纳入大区、工厂负责人的年度绩效考核体系中。2023 年，共发现了 478 个安全隐患点，并基于隐患的风险等级发布了 14 份 EHS 风险预警通知并已完成整改；针对旗下 9 家自有工厂开展管理体系和现场监督检查，并对 7 家自有工厂的新建项目及二期扩建工程进行安全检查，共发现 347 个问题点，均已悉数整改完毕，整改率达到 100%。



2023 年，华润饮料未发生重伤及以上安全生产事故或环保事件，公司整体 EHS 目标指标达成。


安全文化宣传

华润饮料致力于加强职业健康与安全队伍建设，将职业健康与安全文化宣传以及培训教育作为一项长期基础性管理工作，通过 EHS 文化宣传及组织开展专项培训，营造公司 EHS 文化氛围，提升员工 EHS 意识，促进全员参与到 EHS 管理中。

 2023 年，公司组织开展职业健康风险分级分类管控培训、紧急救护培训、心脑血管培训、防御性安全驾驶培训等多项专业培训，培训覆盖率 100%，累计培训 378,988 学时，34.35 万人次参与；



 联合基层单位共同开发 EHS 课件及配套题库 18 件；

 发布 3 期专刊、8 期海报、2 份手册，组织开展 5 次 EHS 文化宣传活动，17 次沟通会议和 11 次外部交流。

» 华润饮料开展防御性安全驾驶培训

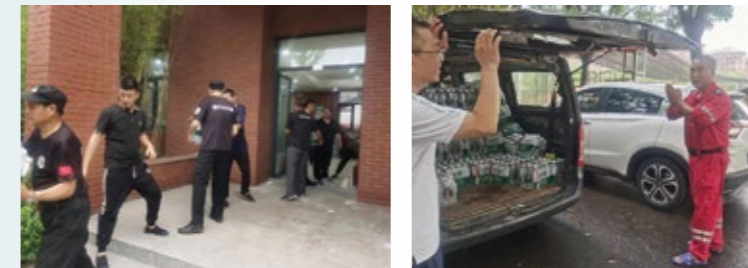
2023 年 12 月 20 日，华润饮料联合华润集团 EHS 部联合开展防御性驾驶培训活动，本次活动围绕“文明交通 你我同行”交通安全宣传主题，进一步强化提升员工防御性驾驶技能与员工交通安全意识。培训活动通过视频直播方式进行，集团 EHS 部、各业务单元及华润饮料共计 7,000 余人现场及线上参加了此次视频直播培训。



2023 年，公司志愿者累计向重庆万州、河北保定、吉林舒兰、广东茂名、甘肃积石山等洪涝、地震灾区，捐赠饮用水 17,139 箱。

» 快速响应！52,800 瓶怡宝赈灾用水送抵北京门头沟、房山区

2023 年 7 月 29 日—31 日，北京门头沟区、房山区发生极端强降雨天气，暴雨导致山洪暴发，小区被淹，道路积水，受灾严重。8 月 1 日上午，华润饮料快速启动“救灾公益快速响应机制”，京津大区迅速联合当地经销商紧急调拨赈灾物资——共计 52,800 瓶怡宝水支援受灾地区与抗洪一线。



2023 年，累计向灾区捐赠饮用水

17,139 箱

驰援救灾救助

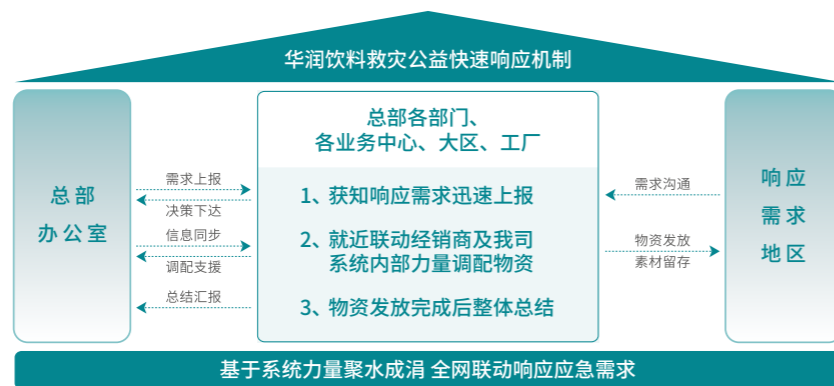
从 2008 年至 2023 年参与全国灾害救援超

200 次

捐赠包装饮用水及饮料超

42 万箱

自 2008 年起，华润饮料不断完善“救灾公益快速响应机制”，高效参与全国各地的灾害救援行动，充分发挥自身商业渠道优势，优化饮用水应急救援网络，在每一次赈灾行动中都能迅速集结公司的人力和物力资源，确保第一时间将安全、纯净的饮用水送到灾民手中，解燃眉之急。截至 2023 年底，公司参与全国地震、洪涝等灾害救援超 200 次，捐赠超 42 万箱包装饮用水及饮料。



华润饮料救灾公益快速响应机制

» 华润饮料赈灾用水送抵广东茂名、湛江洪水灾区

2023 年 10 月 20 日凌晨，受台风“三巴”影响，广东茂名和湛江遭遇暴雨，茂名市区和湛江吴川市出现内涝。20 日上午，华润饮料闻讯紧急启动“救灾公益快速响应机制”，粤西大区迅速联合当地经销商分别调拨 2,360 桶 12.8L 桶装水与 4,800 瓶 555ml 纯净水，驰援茂名与湛江受灾地区与救灾一线。



助力大众体育健康

服务国家体育事业

华润饮料持续助力中国体育事业发展，2019 年成为 TEAM CHINA/ 中国国家队的合作伙伴，“怡宝”品牌成为中国国家队官方饮用水，持续为国家队 70 余支运动队提供专业健康的包装饮用水及饮料产品，持续满足专业运动员对补水的严格要求及帮助他们保持最佳竞技状态，紧密对接体育强国梦和中国梦的愿景，不断推动中国体育事业蓬勃发展。

2023 年，公司与 TEAM CHINA/ 中国国家队一起联合开展了中国举重队、中国击剑队、中国羽毛球队、中国射击队、中国女子冰球队 5 场见面会，同时在亚运会期间与中国国家队携手打造“华润怡宝·为中国国家队喝彩！”第二现场助威路演活动，通过观赛与现场互动相结合的沉浸式体验，让大众体验体育的魅力，推动我国大众体育发展。



中国国家举重队见面会



中国国家射击队见面会



杭州亚运会第二现场路演活动



华润饮料遵循国家体育总局关于振兴足球、篮球和排球三大球运动的指导方向，全面参与并积极推动中国足球事业的繁荣发展，赞助中超联赛、足协杯、女超联赛以及五超联赛等多项国内顶尖足球联赛，为中国足球的联赛体系添砖加瓦。同时，我们赞助中国国家排球队和中国国家篮球队，品牌标志在中国三人篮球国家队的国内外重要比赛中亮相，助力中国男子及女子三人篮球国家队成功进军巴黎奥运会，并得到篮协的相关感谢信。



中超联赛现场



篮协感谢信

助力全民健身

华润饮料不断投身大众体育，助力全民健身。2023 年是我们携手马拉松的第 11 年，公司全年赞助马拉松赛事超 130 场，横跨全国 40 多个城市；同时我们签约基普乔格为怡宝马拉松推广大使，将马拉松持之以恒的精神传递给更多的马拉松爱好者，号召大家一起奔跑，世界将变得更加美好。



华润饮料助力青岛马拉松



基普乔格上海见面会

全年赞助马拉松赛事超

130 场

横跨全国城市

40 多个

» 华润饮料全力保障无锡马拉松赛事开展

2023 年 3 月 19 日，无锡马拉松正式开跑。华润饮料作为赛事官方赞助商，从赛前的马拉松训练营，到赛中加油补给，无时无刻在为跑者保驾护航。



助推青少年体育发展

华润饮料长期关注并倾力支持青少年体育事业的成长与发展，2023 年继续携手中国青少年足球联赛，积极策划组织青少年参与怡宝国家队球童和中超探营活动，使青少年有机会亲身接触并深入了解职业足球的实际情况，从而进一步激发他们对足球的热爱。



中国青少年足球联赛



中超青少年探营活动

助力乡村振兴

在乡村振兴领域
投入无偿捐赠（含物）超

200 万元

开展慈善公益项目

15 个

创造就业机会惠及

216 人

华润饮料紧跟华润集团推进乡村振兴的战略规划，参与华润希望小镇和华润定点帮扶乡村振兴建设，深入践行“怡宝百所图书馆计划”，结合当地产业特色，精准进行产业项目对接，促进文化、人才、生态、组织振兴。2023 年，公司在乡村振兴领域，投入无偿捐赠（含物）超 200 万元，开展 15 个慈善公益项目，为 216 人创造了就业机会。

此外，华润饮料积极响应华润集团要求，2023 年采购原国贫县及原中央苏区农产品 175.95 万元。其中在国务院国资委“兴农周”活动期间计划采购 25 万元、实际采购 25.8 万元，在华润集团“聚力行动”活动期间计划采购 50 万元、实际采购 83.1 万元（2024 年 1-2 月完成），帮助当地特色农副产品拓宽销路，巩固拓展脱贫攻坚成果。

产业振兴

华润饮料与清流县就发展当地茶产业积极开展合作，助力清流茶企拓宽市场，促进茶产业提质扩面。公司联手清流苏福茶业，以其优质茶叶品类为基础，开发佐味茶事原味红茶 / 绿茶饮料项目。截至 2023 年，共采购红茶叶和绿茶叶价值超 45 万元。



华润饮料积极支持南江华润希望小镇产业发展，由华润饮料派遣的轮值镇长，在集团的指导支持下和各兄弟单位的通力协作下，在南江华润希望小镇引进中华鳖 5,232 尾并完善配套养殖设备，栽种川佛手苗木 25,000 株，精心养护果树 450 株；推进希望茶庄招商引资，建成并投用中药粗加工工厂，用于首批野菊花的烘干加工；与当地政府密切合作，按季节性要求开发了高标准农田，并激励村级产业领军人物大力发展野菊花套种产业，实现村级一、二、三产业有效融合，生动打造巴山田园综合体；持续提升南江小镇内红培、研学、文旅等服务水平，不断升级米兰花酒店、村级青旅民宿管理水准，初步探索希望小镇产业帮扶的南江经验。



华润饮料策划“数智强镇 怡起兴农”公益直播助农活动



南江华润希望小镇野菊花迎来丰收

文化振兴

华润饮料在宁夏海原、江西广昌、福建清流、新疆喀什、四川大竹等地因地制宜新建 5 所乡村公益图书馆，并捐赠了 21,497 本图书以及桌椅、书架、电脑、投影等硬件设施，受益人数 17,994 人。此外，通过音乐教育赋能乡村文化，助力乡村振兴。2023 年，华润饮料与国家乡村振兴重点帮扶县雷波县的阿依合唱团签订为期三年的一对一结对帮扶协议，为合唱团提供资金支持，并升级捐建乡村振兴音乐教室，带领阿依合唱团在深圳演出，让孩子们真正走出大山，看见更广阔的天地。通过加大乡村文化资源的投入，满足乡村学校教学的需求，建立更多元化的乡村文化平台。

新建乡村公益图书馆

5 所

捐赠图书

21,497 本

受益人数达

17,994 人

» 川云党支部开展雷波县汶水镇中心校幼儿园捐赠活动



2023 年 11 月 28 日，华润饮料川云党支部在雷波县汶水镇中心校幼儿园开展“怡心·怡意·怡起行”青春奋斗主题实践活动。支部党员、团员青年代表为幼儿园小朋友捐赠了 300 册绘本及 50 套水彩笔，希望小朋友们通过阅读绘本和绘画，提高自己的学习能力和思维能力，创造出属于自己的美丽和精彩。

华润饮料在南江希望小镇采取形式多元的活动，促进文化振兴。轮值镇长在小镇积极策办多元活动，先后承接慈善半程马拉松、“开放办小镇”捐赠仪式、“万象守护·爱育希望”公益助学启动仪式等在内的各类华润项目或活动 34 场；面向小镇内村、居民，举办端午节、抢鱼节、中秋节、冬至、元旦等节令的社区文化活动 12 次；培育原创项目，孵化“趣往小镇 Hope Trip”公益研学、“小镇漫游 Village Walk”文旅路线、“未来山海 Future Home”可持续共创课堂等多个原创品牌。



“青年不一 YOUNG”育才计划

人才振兴

在南江华润希望小镇，华润饮料与当地镇村干部建立“双向学习”“双向奔赴”的互动合作模式，调动华润理念与各界资源推进当地治理体系升级。

组织振兴

2023 年，作为南江华润希望小镇的结对帮扶单位，华润饮料建立“轮值镇长+驻村书记+红色管家+酒店经理”四位一体运营机制，梳理权责分工，强化协同意识，贯彻落实“教育兴镇、项目活镇、产业富镇、党建强镇”发展路径，释放“以点带面”示范作用，助力当地社会经济发展。

生态振兴

华润饮料协同落实南江华润希望小镇项目竣工后的工程整改、验收、档案及产业移交等工作，接续组织建设、农耕保护、低碳发展、三产融合等建设理念的持续穿透。日常做好小镇范围内环境保洁、绿化管理、公建维护等工作，稳步提升小镇物业管理质量，探索梳理农村场域下的物业管理标准；协同村委会，开展民居环境提升、优美庭院建设，定期做好安全排查、防火反诈、移风易俗等引导宣贯。

开展公益活动

华润饮料深刻理解饮水思源の深层含义，通过深度整合公益资源与企业优势，依托“怡宝+X”公益同心圆项目，鼓励员工积极投身公益志愿服务，以实际行动服务社会、回报社会，推动社区发展。

» 华润饮料开展高考公益送水活动



2023 年 6 月，华润饮料以“逐梦相伴，你我的怡宝”为主题，在全国 132 个城市，开展了 772 场高考送水公益活动。在考场外为考生、家长及其他高考相关的工作人员提供免费饮用水、休息区等贴心服务；同时我们还与当地政府组织、媒体以及社会公益组织合作，协助爱心送考，以多样化的形式为考生提供暖心服务。

» 华润饮料携手北京市戈友公益援助基金会开展公益活动

2023 年 10 月，在第十八届玄奘之路戈壁挑战赛中，华润饮料携手北京市戈友公益援助基金会，联合发起“以行走致新生”的公益活动，倡导全体戈友保护戈壁生态，垃圾不落戈壁，实现赛道无痕。

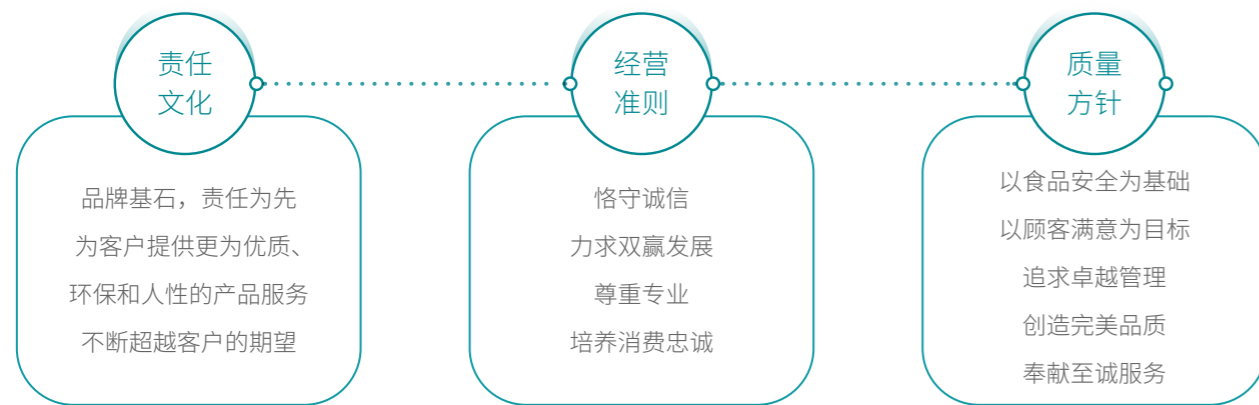


可持续发展管理

可持续发展愿景

华润饮料秉持“引领行业发展，为大众提供安全、健康、美好的生活体验”的企业使命，建立与华润集团一脉相承的社会责任理念与模型，不断推动社会责任工作的向内融合。从合规经营、诚实守信、产品品质、保护环境、以人为本、促进和谐、回馈社会等议题角度出发，致力于打造有影响力、可持续的责任品牌。

华润饮料可持续发展理念



华润饮料可持续发展模型



可持续发展战略

华润饮料精准把握时代发展机会，结合企业的工作重点和目标，制定符合自身特色的企业社会责任战略规划，指导企业更好地开展与落实社会责任。华润饮料始终紧跟国家“十四五”规划要求，结合华润集团战略规划，强化责任意识、推动责任践行、促进责任融合，进一步明确社会责任工作的总体规划及发展路径，推进具有公司特色的社会责任履责实践。

融入企业战略和重大决策

将 ESG 指标融入企业战略制定和重大决策中，充分关注和满足利益相关方的期待和诉求。

融入日常业务运营、职能管理

将 ESG 融入战略、人力、财务、法务、审计、监察、EHS 等职能，融入研发、设计、采购、销售、生产等业务环节，建立责任议题管理机制。

融入供应链管理

在供应链上下游植入 ESG 理念，重点关注守法合规、安全环保、员工权益、透明运营、公平竞争等议题，通过准入审核、发布阳光宣言等方式，提升供应商履责意识，实现共同履责。

可持续发展文化

华润饮料始终围绕社会责任理念，不断夯实自身履责能力，打造富有公司特色的责任文化表达，致力成为履责典范。

参与社会责任专业培训、研讨等活动，了解国内外社会责任工作的最新进展，增强对社会责任相关理论及报告编制标准、方法的理解和把握。

参与社会责任理论和实践研究，总结最佳实践，参与《中国饮料行业实践社会责任优秀企业考核评价通则》的团标起草，并将社会责任理念融入企业文化与内控管理，提升华润饮料影响力，防范履责风险。

参与华润集团及其他外部社会责任评优活动，对标优秀企业，发掘自身不足，制定详细的计划并持续改善。

可持续发展管理体系

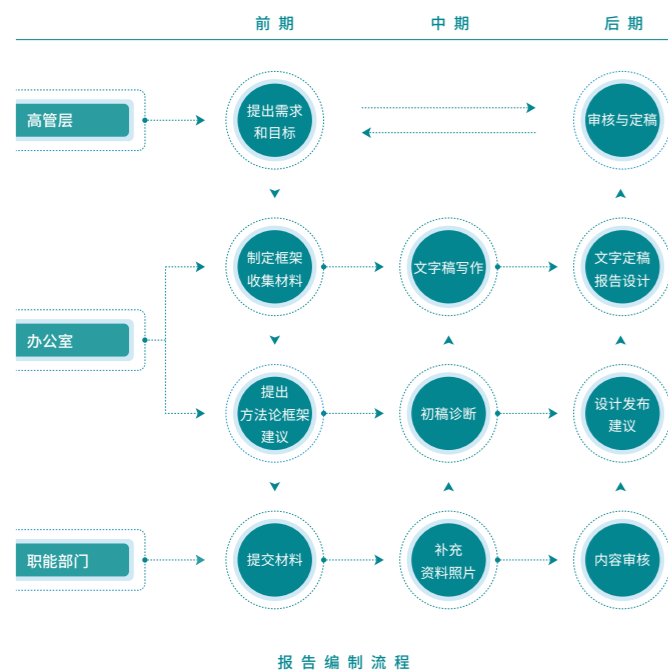
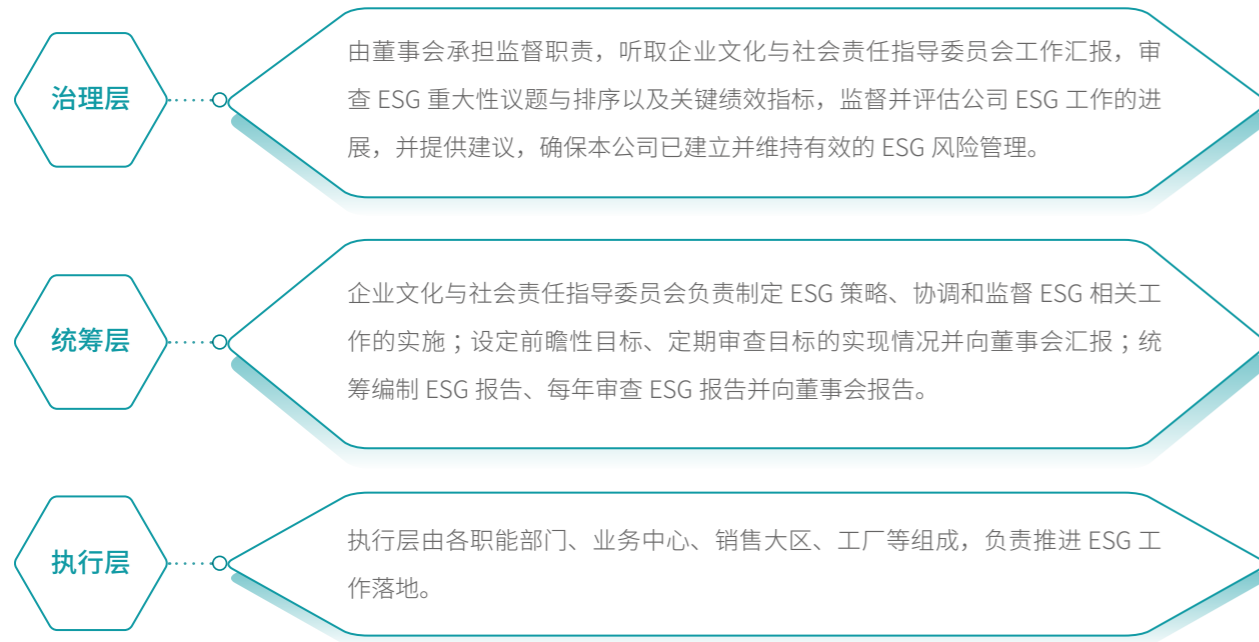
制度体系

华润饮料将履行社会责任作为企业的主动追求，作为提升竞争力、推进企业可持续发展的重要手段。公司将社会责任工作纳入企业文化建设，从组织架构、制度建设、能力建设等方面着手，建立一套较为完善的社会责任管理体系。

华润饮料严格按照《华润集团社会责任工作管理办法》的要求，制定形成《华润怡宝社会责任工作管理办法》，推动公司社会责任工作朝着更加体系化、规范化的方向迈进。同时，我们依照《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》，结合自身业务实际，不断完善企业社会责任管理指标体系建设，明确企业社会责任工作的具体方向和目标。

组织体系

华润饮料高度重视社会责任的管理工作，设立以董事会为核心的责任管理架构，负责监督公司的 CSR 与可持续发展实践，并设立了华润饮料企业文化与社会责任指导委员会，进一步统筹、协调社会责任工作的开展。



公司建立由公司高管统筹，办公室主导报告的筹备及编制，各业务中心及职能部门组成报告编制协作团队的工作小组。编制小组通过召开临时会议、定期会议、高管及部门访谈等多种方式，密切与利益相关方及公司各部门联系，全力保障报告编制工作的有效推进。



可持续发展培训

华润饮料为进一步深化员工对可持续发展的认知和理解，提高企业 ESG 及社会责任管理能力，公司邀请责任云的专家开展 ESG 及可持续发展报告编制的专项培训，进一步提升员工在公司可持续发展事务中的参与和监督力度。



利益相关方沟通

我们构建了常态化的利益相关方沟通参与机制，通过官网、微信平台、400 热线、问卷调查等多种形式，与利益相关方进行积极、广泛的交流与沟通，将利益相关方的关注点和期望作为我们在可持续发展管理决策和日常运营中改善和优化的重点依据，以加强企业的可持续发展能力，实现与各利益相关方的合作共赢。

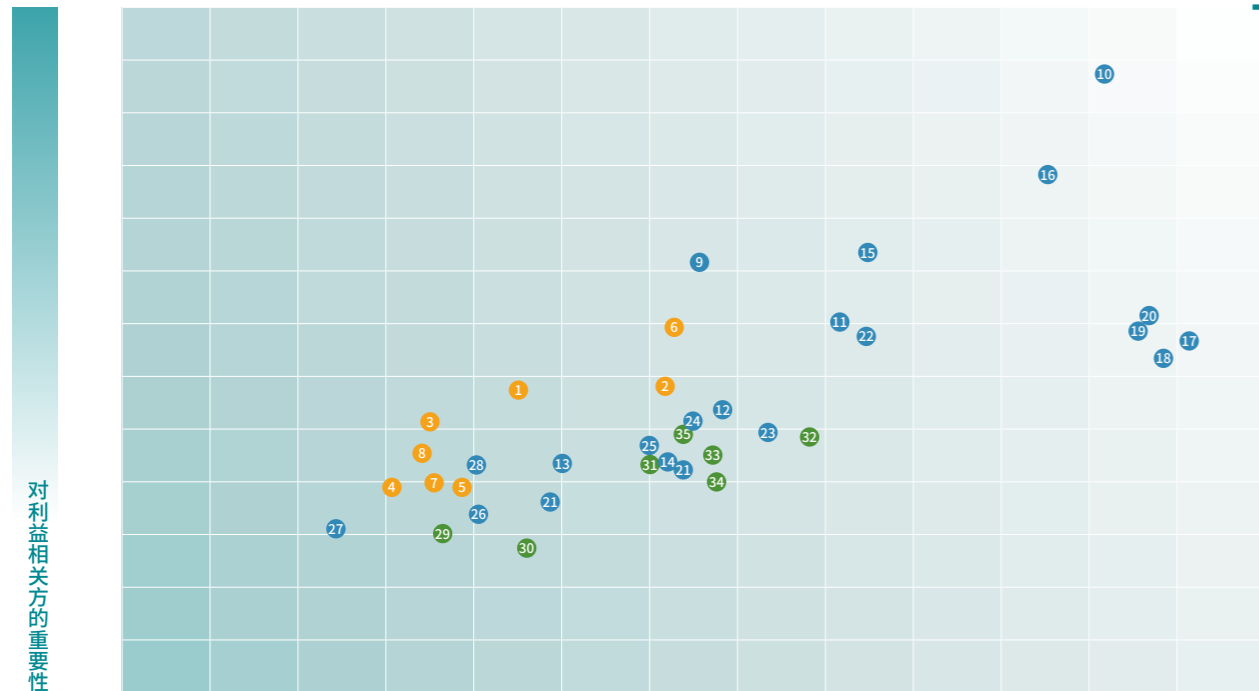
利益相关方	沟通形式或内容	2023 年所采取措施
股东	总结报告、信息报送、公司网站、专题汇报	<ul style="list-style-type: none"> 共召开董事会会议 14 次，签署 25 份董事会决议 官方网站及时更新发布行业信息
政府及监管机构	建立互动机制，推进业务发展，促进地方经济建设	<ul style="list-style-type: none"> 总部全年接待来访代表团 42 个 组织拜访调研 35 次 深化战略合作，签署战略合作协议 6 个
员工	保障员工权益，畅通职业发展通道，悉心关爱员工	<ul style="list-style-type: none"> 平等合法雇佣，关爱员工职业健康，优化薪酬福利体系 建立分层分类的课程体系，建立各岗位晋升考察维度及选拔标准 积极帮扶困难员工，关爱女性员工，组织开展多元化员工活动
合作伙伴	修订产品服务采购管理系统（SPM），重合同、守信用，平等合作，互利双赢，建立长期稳定的合作关系	<ul style="list-style-type: none"> 修订 SPM 体系，明确 SPM 质量管理体系文件三级架构 签订《廉洁协议》，落实“阳光采购”，规范供应商管理
行业协会	积极参与行业协会交流，支持行业协会举办饮用水、饮料行业研讨会等活动	<ul style="list-style-type: none"> 华润饮料累计加入 34 个行业协会，2023 年度通过线上 / 线下形式参与行业活动 17 场次
媒体	加强与重要媒体和门户网站交流，增强舆情监测力度，及时回应各界对公司的期望	<ul style="list-style-type: none"> 参加南方报业传媒集团、羊城晚报报业集团、广东省出版集团、广州日报报业集团等媒体主办的社会责任交流分享活动 及时主动提供外宣资料，多渠道披露信息
社区	发挥华润集团及华润饮料官方网站“社会责任”专栏作用，编制并发布责任报告	<ul style="list-style-type: none"> 及时发布社会责任相关信息，让利益相关方了解社会责任工作的开展情况 积极参与社区共建，组织开展志愿活动 持续开展“怡宝百所图书馆计划”，捐建乡村公益图书馆 支持体育公益，助力大众体育健康 开展救灾公益，第一时间为灾区捐赠饮用水

实质性议题管理

为真实了解并回应利益相关方期望与诉求，同时明确可持续发展实践及信息披露重点，2023 年，由华润饮料企业文化与社会责任指导委员会牵头，通过专业平台发放调研问卷，系统地与利益相关方沟通，从“对企业的重要性”和“对利益相关方的重要性”两个维度，确定对自身可持续发展影响重大、利益相关方普遍关注的的关键性议题。并由公司管理层对重要性议题及排序进行审阅，外部专家对重要性议题及排序进行审议和建议，确保重大性议题能够真实反映行业及公司的特点，形成实质性议题矩阵。

华润饮料 2023 年度可持续发展报告议题矩阵

● 环境议题 ● 社会议题 ● 管治议题



对公司发展的重要性

- | | | | |
|-----------|-----------------|---------------|------------|
| 1 环境合规 | 9 营养与健康 | 19 员工发展与培训 | 29 加强企业党建 |
| 2 水资源管理 | 10 食品安全 | 20 安全生产与职业健康 | 30 可持续发展管理 |
| 3 可再生能源管理 | 11 提升产品 / 服务可及性 | 21 社区投入与公益慈善 | 31 规范公司治理 |
| 4 “三废”管理 | 12 产品技术及创新 | 22 打造责任品牌 | 32 守法合规 |
| 5 发展循环经济 | 13 保护知识产权 | 23 引领行业发展 | 33 风险管理 |
| 6 绿色包装 | 14 负责任营销 | 24 加强合作平台建设 | 34 推动高质量发展 |
| 7 温室气体排放 | 15 客户信息隐私保护 | 25 推动供应链履责 | 35 利益相关方沟通 |
| 8 保护生物多样性 | 16 客户满意度 | 26 深化国企改革 | |
| | 17 保障员工权益 | 27 助推粤港澳大湾区发展 | |
| | 18 员工关爱与福利 | 28 助力乡村振兴 | |

展望 2024

2024 年是华润饮料 40 周年，华润饮料将牢牢把握可持续发展的趋势，紧抓“十四五”高质量发展的战略机遇，持续通过“蓄力发展”“优质产品”“绿色低碳”“携手共赢”，稳步发展，提高产品多元化竞争力，打造优质品牌。



蓄力发展：合规经营是企业稳健运营的坚实基座，我们持续关注经营能力，更关注商业道德操守，持续建立公平、廉洁的商业环境；继续汇聚全球优质资源，打造全球智慧链，以持续创新，将营养与健康带给全球更多的消费者，引领饮料行业高质量发展方向。



携手共赢：我们始终铭记社会责任，将温暖和大爱传递给更多需要帮助的人；继续关心重视民生，维持市场稳定，着眼长远发展，推动资源共享；继续展现龙头企业的责任担当，勇往直前，阔步前行，引领全产业链高质量发展；重视员工安全健康与职业发展，旨在为员工缔造一个健康和谐、公平公正、受尊重的工作环境及氛围，促进员工与企业共同发展和成长。



优质产品：我们始终将消费者放在首位，秉承“笃定前行的坚守精神”，持续聚焦核心品类、推进产品结构调整，满足消费者日益增长的多样需求；继续保持战略追求，肩负国家赋予国企的新责任和使命，成为一家世界一流综合饮料企业。



绿色低碳：我们坚持走绿色低碳发展道路，积极响应国家节能减排号召及“双碳”战略，落实“2030 碳达峰，2055 碳中和”的战略目标，构建绿色发展模式，推动全链降碳，守护生命之源，探索节能环保新路径，保护生物多样性，创造和谐共生、绿色持续发展的美好家园，推动人与自然的可持续发展。

附录

关键绩效

指标	单位	2021 年	2022 年	2023 年
经济责任				
资产总额	亿元	90.88	106.05	130.02
净资产	亿元	45.84	58.96	73.73
权益回报率	%	20.7	18.9	20.1
利润总额	亿元	12.05	13.75	18.78
总资产回报率	%	10.1	10.0	11.3
纳税总额	亿元	11.71	11.29	10.8
廉洁警示教育培训次数	次	> 20	> 10	> 40
廉洁警示教育培训人次	人次	> 2,000	> 900	> 3,000
员工责任				
员工总人数	人	11,725	10,884	10,970
男性员工数量	人	7,519	6,949	6,969
女性员工数量	人	4,206	3,935	4,001
全职员工数量	人	11,725	10,884	10,970
兼职员工数量	人	0	0	0
35 岁以下员工数量	人	6,289	5,228	4,819
35-50 岁员工数量	人	5,223	5,431	5,898
50 岁以上员工数量	人	213	225	253
港澳台地区员工数量	人	15	9	13
中国大陆地区员工数量	人	11,710	10,875	10,957
硕士及以上学历员工数量	人	109	125	143
本科学历员工数量	人	1,638	1,649	1,878
大专及以下员工数量	人	9,978	9,110	8,949
吸纳就业人数	人	2,048	1,654	2,207
雇佣农民工人数	人	1,227	1,041	1,366
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
体检覆盖率	%	100	100	100
女性管理者比例	%	20	24	22
员工培训总人次	人次	51,219	83,670	64,042
员工培训覆盖率	%	92	90.3	95
员工培训资金总投入	万元	811	553	681
每年人均带薪休假天数	天	11	11	11.5

注：因会计政策变更，更新 2021-2022 年部分财务数据

指标	单位	2021 年	2022 年	2023 年
人均培训时长	小时	22	21.4	11.3
员工内部调动或内部应聘的数量	人	793	1,040	615
救助困难员工	人	24	17	20
困难员工救助投入	万元	73.5	60	65
员工流失率	%	21.05	22.57	19.50
劳动纠纷案件的数量	件	9	11	9
客户责任				
客户满意度	分	90	89	90
发生泄露客户信息事件数量	件	0	0	0
产品标签不合规数量	个	0	0	0
客户投诉反馈处理数占投诉数比重	%	100	100	100
产品出厂检验合格率	%	100	100	100
健康与安全原因须撤回和召回的产品数量百分比	%	0	0	0
研发成本	万元	4,897.9	4,917.9	6,151.0
科研工作人员数量	人	72	73	103
科研工作人员所占比例	%	0.6	0.7	0.9
新增专利数	件	5	7	7
持有专利及专利申请数	件	59	86	80
环境责任				
环保总投入	万元	629.76	407.4	600
节能减排技术改造投入	万元	486.17	263.4	520
化石能源消耗量	吨标准煤	1,284.59	1,246.11	1,290.25
非化石能源消耗量	吨标准煤	14,890.43	15,400.86	19,369.55
非化石能源使用比例	%	92.06	92.51	93.75
综合能源消费量	万吨	1.6174	1.5625	2.0657
万元产值综合能耗（可比价）	吨标准煤 / 万元	0.0099	0.0091	0.0104
万元增加值综合能耗（可比价）	吨标准煤 / 万元	0.0334	0.0272	0.0286
年度新鲜水用水量	万吨	753.39	748.72	799.20
水资源消耗强度	吨 / 万元	4.61	4.09	4.27
废水排放量	万吨	126.76	126.40	111.83
重复用水量	万吨	102.13	115.66	128.89
重复用水率	%	11.93	13.38	13.39
一般工业固废处置量	吨	275.15	417.30	1,420.71
危险废物处置量	吨	3.96	10.86	6.97
物料消耗强度	元 / 吨	3.25	3.24	3.23
包装材料使用量（PET 切片）	吨	299,680	317,575	310,824
包装材料使用量（瓶）	亿个	102.60	108.89	107.63
包装材料使用量（盖）	亿个	139.47	147.38	149.62

指标	单位	2021 年	2022 年	2023 年
包装材料使用量 (标签)	亿张	141.87	152.40	151.22
包装材料使用量 (纸箱)	亿个	5.80	5.91	5.83
一般固体废物产生量	吨	275.15	417.30	1,420.71
一般固体废物综合利用率	%	91	29.88	30.16
危险废弃物产生量	吨	-	3.8	7.60
SO ₂ 排放量	吨	0	0	0
COD 排放量	吨	7.41	7.61	9.44
温室气体排放量	二氧化碳当量 (吨)	69,378.0	71,645.9	86,162.0
单位产量温室气体排放量	二氧化碳当量 (吨)/ 吨	0.02	0.02	0.02
范围一 (直接温室气体排放)	二氧化碳当量 (吨)	2,150.1	2,084.9	2,167.1
范围二 (间接温室气体排放)	二氧化碳当量 (吨)	67,227.9	69,561.0	83,994.9
氮氧化物排放量	吨	0.21	0.31	0.11
氨氮排放量	吨	0.86	1.01	0.69
环保培训总时长	小时	3,885	3,238	8,988
环保培训参与人次	万人次	3.8	3.2	8.9
环境领域违法违规事件	件	0	0	0
伙伴责任				
审查的供应商数量	家	216	232	272
因不合规被中止合作的供应商数量	家	2	2	2
因不合规被否决的潜在供应商数量	家	0	0	0
供应商受到经济、社会或环境方面处罚的个数	家	0	0	23
参与并发布行业规范、标准	份	2	1	1
公共责任				
安全生产投入	万元	465.31	502	384
安全培训覆盖率	%	100	100	100
安全培训人次	万人	33.38	33.72	34.35
安全培训累计学时	小时	333,885	343,238	378,988
相关方培训学时	小时	15,212	23,205.26	16,113.52
安全应急演练次数	次	85	59	83
安全应急演练参与人次	人次	4,588	3,355	5,220
专职安全管理人员数量	人	19	26	29
安全生产事故数	次	0	0	0
员工伤亡人数	人	0	0	0
千人死亡率	‰	0	0	0
事故死亡数	人	0	0	0
一般及以上事故发生数	起	0	0	0
职业病事故	起	0	0	0

指标索引

一级目录	二级目录	中国企业社会责任报告指南 CASS-ESG5.0	报告位置
同你共我 40 再出发		P2.1/P2.2	002
报告导读		P1.1/P1.2/P1.3	005
走进华润饮料	公司概况	P4.1	006
	组织结构	P4.1	007
	业务布局	P4.3	008
	战略文化	P4.2	010
	荣誉奖项	G3.11	011
2023 大事记		P3.1/E3.10/V2.2/V2.4/V2.5/V2.8/V3.4/V3.5/V3.7/V4.5	012
经济责任：四十不惑， 接续奋进新征程	坚持党建领航	G1.3/G1.4	022
	完善公司治理	G1.1/G1.2/G1.10/G2.5	024
	强化风险管控	G1.3/G1.4	026
	遵守商业道德	G1.6/G1.7/G1.8/G1.9	027
	深化国企改革	V1.1/V1.2/V1.3/V1.4	029
	中小企业纾困	V1.3/V1.4	029
客户责任：初心不改， 匠心铸就点滴美好	打造健康产品	S4.1	036
	强化创新驱动	V2.1/V2.2/V2.3/V2.4	036
	加强质量管理	S4.1/S4.2/S4.4	039
	保障客户权益	G1.5/S4.6	041
	提供优质服务	S4.1/S4.5/S4.7/S4.8	041
	倡导可持续消费	E2.14	043
	强化责任营销	S4.3	043
环境责任：向绿而行， 共享低碳新生活	保护知识产权	V2.2	043
	完善环境管理	E1.1/E1.3/E1.4/E1.6/E1.7/E2.14/E2.15	052
	优化资源利用	E1.8/E2.1/E2.2/E2.3/E2.4/E2.5	054
	强化排放管控	E2.9/E3.1/E3.2/E3.3/E3.4/E3.5/E3.6/E3.8/E3.10	056
	开展降碳行动	E5.5/E5.6/E5.7/V4.1/V4.2/V4.3	057
	强化水资源管理	E2.9/E2.10/E2.11/E2.13	059
	打造绿色运营模式	E2.6/E2.7	060
	加强生态保护治理	E4.1/E4.2/E4.3/V4.4/V4.5	063
伙伴责任：信任相伴， 双向奔赴成就彼此	深化战略合作	V2.8	070
	助力行业发展	V2.7	072
	强化媒体关系	V2.8	073
	规范供应链管理	S5.3/S5.4/S5.5/V2.5	075

一级目录	二级目录	中国企业社会责任报告指南 CASS-ESG5.0	报告位置
员工责任：暖心陪伴，携手打造幸福职场	保障基本权益	S1.1/S1.2/S1.3/S1.4/S1.5/S1.6/V3.1	084
	完善薪酬福利体系	S1.7/S1.8/S1.9	085
	拓宽人才发展途径	S2.1/S2.2/S2.3/S2.4	086
	重视员工职业健康	S3.1/S3.2/S3.3	088
	关心关爱员工	S1.10	089
公共责任：分享美好，传递温暖正能量	丰富员工生活	S1.10	091
	安全文化建设	S3.1/S3.4/S3.5/S3.6/S3.7/S3.8/S3.9/S3.10/S3.11	100
	驰援救灾救助	V3.4/V3.5/V3.6	102
	助力大众体育健康	V3.4/V3.5/V3.7	104
	助力乡村振兴	V1.3/V1.4/V3.2/V3.3/V3.4/V3.5/V3.6/V3.7	106
可持续发展管理	开展公益活动	V3.4/V3.5/V3.7	109
	可持续发展愿景	G3.2	110
	可持续发展战略	G3.2	110
	可持续发展文化	G3.4	111
	可持续发展管理体系	G3.1/G3.3	111
	可持续发展培训	G3.9	113
	利益相关方沟通	G3.6/G3.7	113
展望 2024	实质性议题管理	G3.5	114
		A1	115
附录	关键绩效	A2	116
	指标索引	A4	119
	报告评级	A3	121
	意见反馈	A5	122

报告评级

《华润饮料（控股）有限公司 2023 年可持续发展报告》评级报告

受华润饮料（控股）有限公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽调专家组成评级小组，对《华润饮料（控股）有限公司 2023 年可持续发展报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR 4.0）》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准（2020）》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★★)

公司设立企业文化与社会责任指导委员会，明确以董事会作为企业社会责任管理最高领导者，董事会主席担任主编，把控整体方向，分管领导负责报告审核确认，确保信息准确无误；将报告定位为披露履责信息、完善社会责任管理、强化利益相关方沟通、彰显企业品牌形象的重要工具，功能价值定位明确；根据国内外社会责任标准、行业对标分析、公司重大战略、利益相关方调查等识别实质性议题；计划通过官方网站发布报告，并将以电子版、印刷品、长图版、MG 动画视频版等多种形式呈现报告，具有卓越的过程性表现。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了饮品安全管理、饮品信息披露与广告宣传合规、应对客户投诉、

绿色采购制度与方针、员工权益保护、节约能源与水资源、发展循环经济、产品包装材料减量化、饮品营养与健康等所在行业关键性议题，叙述详细充分，具有卓越的实质性表现。

完整性 (★★★★★)

《报告》主体内容从“四十不惑，接续奋进新征程”“初心不改，匠心铸就点滴美好”“向绿而行，共享低碳新生活”“信任相伴，双向奔赴成就彼此”“暖心陪伴，携手打造幸福职场”“分享美好，传递温暖正能量”等角度系统披露了所在行业核心指标的 93.32%，完整性表现卓越。

平衡性 (★★★★★)

《报告》披露了“员工流失率”“职业病事故”“员工伤亡人数”“一般及以上事故发生数”“环境领域违法违规事件”等负面数据信息，并简述负面案例客户投诉产品包装的应对措施，具有卓越的平衡性表现。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“资产总额”“纳税总额”“女性管理者比例”“研发成本”“节能减排技术改造投入”“水资源消耗强度”“安全应急演练次数”等 101 个关键指标连续 3 年的对比数据，并就“中国饮料行业高质量发展领军企业（十九强）”“连续 12 年在中国饮用纯净水市场保持排名第一（以 2012-2023 年零售额计）”“在中国菊花茶饮料市场排名第一（以 2023 年零售额计）”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性 (★★★★★)

《报告》以利益相关方理论为框架，系统展现了华润饮料对股东、客户、员工、伙伴、环境、社区等相关方的履责理念、实践与成效，框架结构清晰，重点议题突出；设置“2023 大事记”，集中展示企业年度履责重点实践，回应利益相关方期望；封面设计采用卡通插画风格，充满童趣且富有创意，章节跨页设计采用具有企业特点的高清大图，增强企业辨识度，具有卓越的可读性表现。

创新性 (★★★★★)

《报告》首次使用 MG 动画视频传播形式，创新性拓展报告传播的渠道；增设二维码拓展阅读，拓展报告的广度和深度，增强报告的传播性和沟通力；强化社会责任管理，研究制定 ESG 管理体系，参与《中国企业可持续发展报告（CASS-ESG6.0）》（饮料行业分行业指南）的编修与研讨，提升可持续发展工作的系统性，创新性表现卓越。

综合评级 (★★★★★+)

经评级小组评价，《华润饮料（控股）有限公司 2023 年可持续发展报告》的过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性及创新性均达到五星级，综合为“五星佳”级，是企业社会责任报告中的典范。



华润饮料可持续发展报告连续六年获得五星级、首次获得五星佳级评价

四、改进建议

增加行业核心指标的披露，提升报告的整体性。

黄峭忠

评级专家委员会副主席

邓国胜

评级小组组长

钟宏武

评级小组专家

出具时间：2024 年 7 月 16 日



扫码查看
企业评级档案

意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告。

为持续改进华润饮料可持续发展工作及可持续发展报告编制工作，我们特别希望倾听您的意见和建议。请您协助完成意见反馈表中提出的相关问题，并传真至 0755-86620508。

1. 您属于哪一类利益相关方？

政府 监管机构 客户 员工 供应商 经销商

合作伙伴 公众 社区 媒体 其他

2. 您对公司可持续发展报告的总体评价：

好 较好 一般 差 不了解

3. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的重大影响？

能 一般 不了解

4. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何？

高 较高 一般 较低 低

5. 您认为公司在服务客户、保护相关方利益方面做得如何？

好 较好 一般 差 不了解

6. 您对公司可持续发展工作和本报告的其他意见和建议，欢迎在此提出：



扫码参与线上意见反馈

再次感谢您的大力支持与配合！



中国企业社会责任报告
评级专家委员会
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating



评级档案



地址：广东省深圳市南山区朗山路 22 号深圳高新技术产业园区（北区）

邮编：518057

传真：0755-86620508

网址：<https://www.crbeverage.com>

