



華潤

与您携手 改变生活

華潤

雪花啤酒



【社会责任报告】
2014



目

contact

錄

壹

前言

1

貳

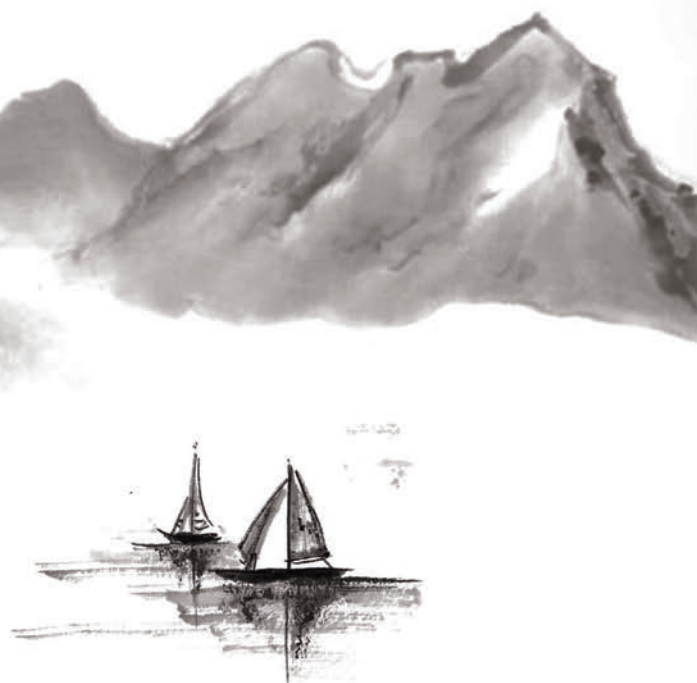
责任专题

14

叁

为投资人创造价值回报

21



玖

与社会和谐发展

—
45

捌

缔造可持续生态环境

—
41

柒

安全管理

—
38

陆

与合作伙伴共赢

—
34

伍

为客户提供优质产品

—
31

肆

为员工构建幸福家园

—
25





PREFACE

前言

总经理致辞

2014年，华润雪花啤酒度过了20岁生日。华润雪花啤酒20年如一日，如愚公移山一般，专注做一件事——做啤酒。

当华润啤酒逐渐成为啤酒业一个初露头角的竞争者，我们开始反思——作为一个啤酒公司，我们仅仅是“做酒”、“卖酒”的吗？我们的使命是什么？经过记不得多少次的反思和争论，我们给自己定了一个使命：做世界一流的啤酒企业，不断满足消费者需求，不断创造价值，回报社会，回报股东，回报员工。十几年来，这个使命渗入华润雪花啤酒，成为习惯，成为责任。

对于消费者，我们的责任是为他们做安全、好喝的啤酒；是让他们维护良好的生态环境；是让他们从雪花啤酒中感受到中国式积极向上的生活态度。于是——

我们制定了严苛的产品质量标准，在确保产品安全的前提下，保证消费者在任何一个地方喝到的同系列雪花啤酒都是同一个味道；

我们在环境保护的投资上从不吝啬，在环保技术研发上不断探索。华润雪花啤酒全部工厂强化环保全过程管理，实现清洁生产；

我们发起了一个叫做“勇闯天涯”的活动。与“啤酒爱好者”们结伴探索祖国人迹罕至的地域，感受积极进取的人生态度。

对于社会，我们的责任是做好企业，播洒华润雪花啤酒积极向上的理念，为社会发展尽力所能及的力量。于是——

我们守法经营，按章纳税，累积跬步，从一家地区啤酒厂成长为中国销量第一的啤酒公司，为6万余名员工提供稳定的生活来源；

我们不断进行技术改造、管理创新，因为我们相信，每一个如我们这样的社会元素的进步必将累积为社会的进步；

我们设计了一系列中国化的品牌标识——窗洞、笔触、脸谱、扇面，强化了雪花“中国啤酒”的定位。

对于股东，我们的责任是努力实现资产保值增值，让股东的每一分钱用到恰当的地方。于是——

我们慎定战略，坚定实施，华润雪花啤酒20年持续成长，从1家工厂壮大到96家工厂，雪花啤酒品牌价值875.82亿元；

我们设立风险管理部、监察部，防范经营中可能出现的风险，改进经营流程，提升运营效率，从根源杜绝贪腐与职务营私行为。

与对员工，我们的责任是为他们搭建平台，让他们从企业获得体面的生活、自我的成长、实现人生理想。于是——

我们做实员工基础保障，制定合理的薪酬福利体系，设立困难员工救助机制“雪花救助基金”；

我们实行全员绩效考核，建立员工职业双通道。以正确评价并回报员工贡献，提升员工自身素养并获得职业发展。

华润雪花啤酒的路刚刚走了20年，正值弱冠。明天的华润雪花啤酒将迈进更新的路。希望未来的每一年我们都会向公众提交这样一份报告，同时，我们欢迎各位读者对我们监督指正。



关于华润雪花啤酒(中国)有限公司

华润雪花啤酒(中国)有限公司成立于1994年,是一家生产、经营啤酒的全国性专业啤酒公司,总部设于中国北京。其股东是华润创业有限公司和SABMiller。目前华润雪花啤酒在中国经营超过96家啤酒厂,旗下含雪花(SNOW)及50多个区域品牌,占有中国啤酒市场24%的份额。2014年华润雪花啤酒总销量达到1184万千升,公司总产销量连续九年遥遥领先国内其他啤酒企业。2014年雪花啤酒品牌销量达到1036万千升,连续十年全国第一。

公司文化

使命: 做世界一流的啤酒企业, 不断满足消费者需求, 不断创造价值, 回报社会, 回报股东, 回报员工。

愿景: 中国啤酒市场: 雪花品牌价值第一, 销售总量第一; 把华润雪花啤酒建设成为在行业具有竞争力和领导地位的世界级企业, 并实现股东价值和员工价值的最大化。

核心价值观: 勤奋、专业、自信、活力、创新。

组织氛围: 五湖四海。





每一个人都不简单，每一瓶酒才放光彩
Great people make great beer



品牌历史

1964年,在中国啤酒权威云集的产品评比会上,一种新产品击败中国所有的老牌啤酒,夺得第一。此啤酒因其泡沫丰富洁白如雪,口味持久溢香似花,遂命名为“雪花啤酒”。

2001年,华润雪花啤酒全力将雪花啤酒塑造成为全国品牌,雪花啤酒一直以清新、淡爽的口感,进取、挑战、创新的品牌个性深受全国消费者的普遍喜爱,成为当代年轻人最喜爱的啤酒品牌。

2007年9月,国家工商行政管理总局商标局认定“雪花”商标为“中国驰名商标”。

2014年4月23日,华润雪花啤酒高居“2013年度中国啤酒行业十大畅销品牌”榜首,更荣获“2013年度中国十大啤酒品牌”荣誉称号。

2014年12月5日,工信部发布了年度中国品牌力指数(简称:C-BPI),华润雪花啤酒被评为行业第一品牌。

2005年至2014年,“雪花”啤酒连续十年蝉联中国啤酒行业单品销量第一的桂冠。

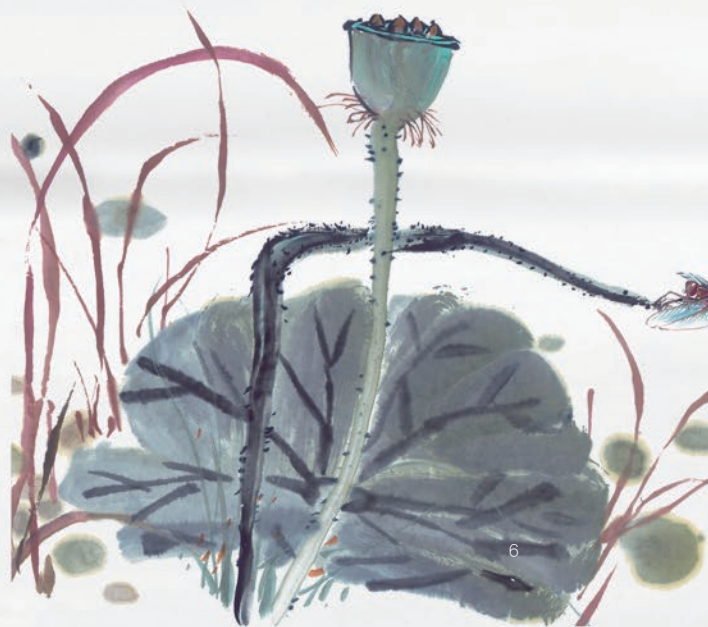
品牌价值

2005年12月06日 北京名牌资产评估有限公司召开“2005中国最有价值品牌发布会”,“雪花”啤酒首次参评,以88.16亿元的品牌价值,成为中国成长速度最快的全国性品牌。随后,“雪花”品牌价值持续快速增长,从2005到2014年间,“雪花”品牌价值年平均增长率超过33%。

2014年“雪花”品牌价值为875.82亿元,位列所有品牌第28位。

公司发展历程 (2013年及以前)

- 1993 12月 沈阳华润雪花啤酒有限公司举行合资签字仪式。
- 1996 3月 大连华润啤酒有限公司成立。
- 1997 10月 绵阳华润啤酒有限公司成立。
- 1998 2月 吉林华润啤酒有限公司成立。
6月 大连华润啤酒有限公司二期扩建工程竣工投产。
- 1999 6月 吉林华润啤酒有限公司年产能28万千升扩建工程竣工投产。由此, 吉林华润啤酒有限公司的生产能力跃居吉林省第一。
6月 天津华润啤酒有限公司成立。
12月 鞍山华润啤酒有限公司成立。
- 2000 8月 绵阳华润啤酒有限公司20万千升扩建工程竣工投产, 绵阳华润啤酒有限公司成为当时四川最大的啤酒生产企业之一。
10月 天津华润啤酒有限公司20万千升扩建工程竣工投产。
11月 安徽华润啤酒有限公司成立。
- 2001 3月 辽阳华润美月啤酒有限公司成立。
4月 乐山华润啤酒有限公司成立。
6月 黑龙江华润新三星啤酒有限公司成立。
10月 四川华润蓝剑啤酒有限责任公司成立。
10月 长春华润啤酒有限公司成立。
- 2002 5月 武汉华润啤酒有限公司成立。
11月 盘锦华润啤酒有限公司成立。



- 2003 1月 北京华润啤酒有限公司成立。
- 2004 3月 华润啤酒有限公司和浙江钱啤集团股份有限公司在杭州举行股份转让合资经营签字仪式。
5月 华润啤酒在香港宣布, 华润啤酒将和安徽龙津集团组建合资企业, 将龙津集团在舒城和六安的两间啤酒厂收入麾下。
8月 华润啤酒(中国)有限公司正式更名为华润雪花啤酒(中国)有限公司。
9月 华润雪花啤酒(中国)有限公司成功收购澳洲狮王啤酒集团(Lion Nathan Limited或“狮王”)在中国啤酒业务的所有权益, 包括其位于苏州、常州和无锡的3家啤酒厂。
10月 华润雪花啤酒全资收购原西藏自治区昌都雪源啤酒厂, 成立华润雪花啤酒(西藏)有限公司。
12月 华润雪花啤酒同浙江西泠啤酒有限公司共同投资组建华润西泠(杭州)啤酒有限公司。
- 2005 2月 华润雪花啤酒(宜昌)有限公司成立。
4月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在北京宣布, 收购已完成重组的阜阳市雪地啤酒有限责任公司的资产。
9月 华润雪花啤酒(天门)有限公司成立。
9月 “浙江钱啤股份有限公司”更名为“华润雪花啤酒(浙江)股份有限公司”。
12月 华润雪花啤酒(中国)投资有限公司与秦皇岛市燕山实业公司签约, 合资建立华润雪花啤酒(秦皇岛)有限公司。
- 2006 1月 华润雪花啤酒东莞工厂竣工投产。
2月 华润雪花啤酒(中国)有限公司收购福建泉州清源啤酒有限公司股权。
7月 华润雪花啤酒公司宣布收购浙江银燕啤酒有限公司股权及安徽淮北相王啤酒有限责任公司的资产。
12月 华润雪花啤酒(中国)有限公司宣布收购山西月山啤酒有限责任公司及内蒙古蒙原酒业有限责任公司与啤酒业务有关的资产。

- 2007
 - 1月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在北京宣布,收购蓝剑(集团)有限责任公司股权。华润雪花啤酒将持有四川华润蓝剑14家啤酒厂股权,同时持有四川蓝剑集团(贵州)瀑布啤酒有限公司股权及“蓝剑”商标。
 - 1月 安徽圣力酿酒有限公司加入华润雪花啤酒(中国)有限公司,成立华润雪花啤酒(滁州)有限公司。
 - 1月 华润雪花啤酒(黑龙江)有限公司年产能46万千升工厂,一期工程23万千升竣工投产。
 - 1月 华润雪花啤酒(兴安)有限公司成立。
 - 2月 华润雪花啤酒(甘肃)有限公司成立。
 - 3月 华润雪花啤酒全国产销量率先突破500万千升,雪花单品销量率先突破300万千升,双双取得全国销量第一。
 - 4月 蒙古巴特罕酒业股份有限公司加入华润雪花啤酒(中国)有限公司,正式成立华润雪花啤酒(呼伦贝尔)有限公司。
 - 6月 华润雪花啤酒(贵州)有限公司成立。
 - 6月 华润雪花啤酒(中国)有限公司收购湖南岳阳啤酒厂。
 - 7月 华润雪花啤酒(葫芦岛)有限公司成立。
 - 9月 华润雪花啤酒(丹东)有限公司成立。
- 2008
 - 1月 华润雪花啤酒(甘肃)有限公司年产能20万千升项目竣工投产。
 - 4月 华润雪花啤酒(浙江)有限公司在浙江奉化进行年产能40万千升项目建设。
 - 4月 华润雪花啤酒(河北)有限公司年产能40万千升项目竣工投产。
 - 4月 华润雪花啤酒(海拉尔)有限公司投资建厂签字仪式在呼伦贝尔市举行。
 - 4月 华润雪花啤酒(中国)有限公司联合清华大学建筑历史与文物建筑保护研究所在清华大学建筑学院举行了“普及与传承——中国古建筑研究与传播合作项目”签约仪式。
 - 5月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在全国范围内统一推出全新的以“中国元素”为主的雪花啤酒品牌新标识。
 - 5月 华润雪花啤酒(通化)有限公司在吉林省通化进行年产能20万千升项目建设。
 - 8月 华润雪花啤酒在山西运城新建工厂。
 - 9月 华润雪花啤酒(辽宁)有限公司年产能100万千升新厂一期工程竣工投产。
 - 12月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在上海宝山工业园区举行生产基地项目建设。
 - 12月 华润雪花啤酒(中国)投资有限公司收购浙江洛克啤酒有限公司全部资产。
 - 2008年 华润雪花啤酒(中国)有限公司收购辽宁朝阳松林啤酒厂。

- 2009
 - 2月 华润雪花啤酒(中国)有限公司收购安徽省天柱啤酒厂。
 - 3月 华润雪花啤酒(中国)有限公司收购山东琥珀啤酒厂与啤酒业务有关的资产。
- 2010
 - 5月 华润雪花啤酒(山东)有限公司福山工厂年产能20万千升工程竣工投产。
 - 11月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在北京正式宣布,受让杭州西湖啤酒朝日(股份)有限公司45%股权及“西湖”等16件注册商标。
- 2011
 - 1月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在北京正式宣布:华润雪花啤酒全资收购河南奥克啤酒实业有限公司。
 - 2月 华润雪花啤酒(泰州)有限公司成立,并将在泰州市高港高新技术产业园新建一期年产20万千升项目。
 - 3月 华润雪花啤酒全资收购东海啤酒全部资产及商标,并投资新建华润雪花上海金山有限公司年产能30万千升项目。
 - 6月 华润雪花啤酒(中国)有限公司正式宣布,投资收购北方绿色食品股份有限公司清河墨尼啤酒分公司80.1%股权,成立华润雪花啤酒(铁岭)有限公司。
 - 6月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在娄底经济开发区太和工业园进行年产能20万千升项目建设。
 - 6月 华润雪花啤酒正式宣布,投资收购阜新梅雪啤酒有限责任公司85%的股权,成立华润雪花啤酒(阜新)有限公司。
 - 7月 华润雪花啤酒(中国)有限公司正式宣布:华润雪花已全资收购河南商丘蓝牌啤酒公司。
 - 8月 华润雪花啤酒(中国)有限公司在北京正式宣布,收购杭州西湖啤酒朝日(股份)有限公司55%股权。



- 11月 华润雪花啤酒内江工厂进行年产能30万千升扩建项目。
- 11月 华润雪花啤酒在黄石进行年产能20万千升项目建设。
- 12月 华润雪花啤酒(安徽)有限公司在芜湖进行年产能20万千升项目建设。
- 2012 2月 华润雪花啤酒(驻马店)有限公司年产能20万千升项目竣工投产。
- 3月 华润雪花啤酒在宁夏进行年产能20万千升项目建设。
- 7月 华润雪花在商丘进行年产能26万千升项目建设。
- 7月 华润雪花啤酒(湘西)有限公司进行年产能20万千升项目建设。
- 9月 华润雪花啤酒在河南新郑进行年产能100万千升,一期工程40万千升项目建设。
- 9月 华润雪花啤酒(大同)有限公司竣工投产。
- 10月 华润雪花啤酒凯里工厂进行年产能20万千升项目建设。
- 2013 2月 华润雪花啤酒与金威啤酒集团有限公司订立协议,以收购其啤酒生产、分销及销售业务。






关键数据

统计指标	2012	2013	2014
员工权益保护			
员工总数(人)	53,538	56,830	61,440
新增就业人数(人)	2,672	1,058	4,610
劳动合同签订率(%)	100%	100%	100%
社会保险覆盖率(%)	100%	100%	100%
女性管理者比例(%)	15%	17%	17%
残疾人雇佣人数(人)	215	210	226
人均带薪休假天数(天)	6.4	6.6	6.8
员工培训覆盖率(%)	100%	100%	100%
人均培训投入(元人民币/人)	362	379	382
人均培训时间(小时)	9	13	13
安全生产			
工伤事故发生数(次)	27	20	19
员工死亡人数(人)	0	0	0
体检覆盖率(%)	100%	100%	100%
职业病发生次数(人)	0	0	0
安全培训人次(人次)	346,221	318,022	265,564
安全生产投入(万元人民币)	5,179	4,054	4,918
安全培训覆盖率(%)	100%	100%	100%
安全应急演练数(次数)	363	477	370
其他指标			
环保总投入(万元人民币)	3,500	8,935	3,702
节能减排技术改造投入(万元人民币)	3,500	8,935	3,702
员工敬业度(%)	68%	66%	71%
员工满意度(%)	64%	64%	70%
责任采购比率(%)	91%	92%	90%

2014雪花大事记

- 
- **1月1日** 华润雪花啤酒(中国)有限公司增资2.7亿元对茅台酒厂集团啤酒有限责任公司进行重组,原茅台酒厂集团啤酒有限责任公司更名华润雪花啤酒(遵义)有限公司。
 - **1月5日-5月16日** 华润雪花啤酒举办第六届“雪花纯生 中国古建筑摄影大赛”。本届摄影大赛作品征集历时4个月,吸引了来自全国及海外近136万人参赛,征集作品247万余幅。
 - **4月9日-4月11日** 在2013年度SABMiller举办的Mercatus全球营销大会中,华润雪花啤酒夺得2013年度SABMillerMercatus全球营销大奖金奖。
 - **8月26日** 北京冬奥申委在北京召开新闻发布会,揭晓支持申奥的企业。其中,华润雪花啤酒成为北京申办2022冬季奥运会的唯一一家啤酒赞助企业。
 - **8月29日** 华润雪花啤酒“雪花·第一酿造”启动仪式在亚洲最大的啤酒厂——华润雪花啤酒沈阳厂举行。自9月份开始,华润雪花啤酒邀请社会各界参观者体验遍布中国的特色工厂,以增强公众对啤酒生产过程的了解,并分享华润雪花啤酒开创中国啤酒行业“双千万吨”的奥秘。
 - **9月10日** 华润雪花啤酒成立20周年庆典在成都举行。
 - **9月17日** 来自全国120多个城市落地选拔的63位雪花勇士在云南丽江集结,9月19日,第十届“勇闯天涯”活动“雪花勇闯天涯 挑战未登峰”正式启动。雪花勇士于云南香格里拉白马雪山攀登其中一座未命名的山峰,并于成功登顶后将山峰命名为“勇闯天涯峰”。
 - **10月26日** 华润雪花啤酒四川区域公司年产20万干升乐山新厂正式搬迁。
 - **10月26日** “中国广告长城奖·广告主奖” 颁奖盛典在贵阳国际会议展览中心举办,华润雪花啤酒勇闯天涯获得“营销传播金奖”。
 - **11月19日** 华润雪花啤酒四川区域公司年产30万干升内江新厂正式搬迁。



2014重大荣耀与资质

- 华润雪花啤酒荣获“2013年度中国十大啤酒品牌”荣誉称号,并高居“2013年度中国啤酒行业十大畅销品牌”榜首。
- 根据工信部发布的年度行业品牌竞争力指数,华润雪花啤酒为行业第一品牌。
- 华润雪花啤酒以高达1184万吨的年销量连续九年蝉联中国啤酒企业销量第一,同时雪花啤酒以1036万吨的单品销量连续十年第一。
- 华润雪花啤酒有15家工厂通过“安全生产标准化二/三级企业”达标认证,累计通过二/三级达标认证工厂78家。
- 华润雪花啤酒组织全体企业管理体系认证工作。

责任

专题



责任 理念	廉洁 诚信	古建 传承	支持 北京 申冬 奥
----------	----------	----------	---------------------



责任理念

朴素的责任观

华润雪花啤酒以“成为世界一流啤酒企业，不断满足消费者需求，不断创造价值，回报社会，回报股东，回报员工”为使命，统合引领三大无形资产——品牌资产、组织能力、人力资本的开发建设，打造“好产品、好品牌、好企业”，努力实现对国家、社会、环境、消费者、员工、投资人、合作伙伴等利益相关方负责。

社会责任规划

为系统推进社会责任履行，华润雪花啤酒开始制定社会责任专项规划，努力达成与华润雪花啤酒市场地位相符、啤酒行业社会责任领先者的目标。

华润雪花啤酒通过体系建设，将责任管理纳入企业发展内核，努力实现以下目标：

- 源自企业价值观与企业文化保障，梳理文化理念并对接
- 源自企业战略制定与实施的保障，变自发为自觉
- 企业治理机制，建立组织体系、制度体系
- 利益相关方参与机制，提高利益方的参与度
- 将企业社会责任相关绩效指标清晰纳入公司的运营管理中

廉洁诚信

华润雪花啤酒始终将廉洁诚信经营作为公司文化建设的重要内容，不断完善和丰富，坚持预防为主，管控结合，惩防并举。2014年，华润雪花啤酒认真贯彻中央、国资委和集团关于加强党风廉政建设和反腐败工作的要求精神，坚持以集团傅育宁董事长“明责、践责、合责”要求为统揽，以落实中央“八项规定”和党的群众路线教育实践活动整改为抓手，以完善惩防腐败体系为主线，重点强化经理人的责任意识、廉洁意识和风险管控意识，狠抓经理人作风和廉洁自律，不断完善风险排查机制，努力实践为企业“保驾护航”的切实要求。

制度建设

华润雪花啤酒不断完善规章制度，强化内部控制，特别针对热点领域，风险较多的业务环节不断完善

管理措施。先后制定完善《土建项目招投标实施流程》、《采购招标管理规定》、《物资管理制度》、《税务管理制度》、《招聘及录用管理规定》、《资金管理制度》等34个涉及工程、采购、财务、人力管理等制度流程。

行为准则规范

华润雪花啤酒组织有关部门梳理编辑《违规行为》277条，并下发到各级管理人员学习，以示警戒，借鉴修养。修订完成了华润雪花啤酒风险管理手册模版，组织编写华润雪花啤酒风险管理手册和包装物、工程、招采、销售费用等13项关键业务风险管理分册。华润雪花啤酒在实际工作中，结合管理中遇到的廉洁诚信问题，有针对性地不断修订管理人员行为准则和实施细则，将《国有企业领导人员廉洁自律从业若干规定》、《华润十戒》等制度内容细化融入到华润雪花啤酒的管理人员行为准则中。细化了管理行为规范，明确了行为底线，制定了相应违规处理方法。下发到各级管理人员手中，组织宣贯。

机制建设

(1) 建立风险管理部。华润雪花啤酒目前有风险管理部近60人，从建设风险管控文化的角度，从识别评估、防范、管理各种风险的角度落实廉洁诚信经营，将不廉洁、不诚信的问题作为风险去识别、去评估、去防范、去管理，利用风险管理的手段预防不廉洁、不诚信的行为。先后2次组织开展了对支付关键人好处费和税收返还款问题的全面自查，未发现类似问题；对审计发现问题的相关责任人进行了处理。

(2) 成立纪检监察部。2014年10月，华润雪花啤酒成立了纪检监察部。监察部主要负责开展监督执纪问责等工作。目前，华润雪花啤酒从总部到区域公司有纪检监察职能的机构33个，从事纪检监察工作的人员50余人。2014年，华润雪花啤酒针对信访、举报、投诉事项完成调查共37项。

(3) 开展专项检查项目。华润雪花啤酒各区域公司风险管理部根据区域管理实际需要，开展工程、销售费用、废旧物资、招标采购、包装物等各类专项检查项目20项，涉及单位37个，提出整改建议127个。

(4) 持续“一线工作法”。华润雪花啤酒各级管理人员、经理人始终坚持定期到一线了解生产工作流程、掌握销售市场变化、收集员工合理化意见。并且进一步规范领导干部行为准则，在下基层、深入一线调研时不张扬、不接送，坚持在员工食堂就餐，住公司协议酒店。严格按照公司职务消费、招待、差旅、车辆等管理规定控制费用。

培训宣贯

(1) 通过开展对管理人员的绩效考核和管理素质、管理技能360度测评，推动领导干部改进工作作

风。要求华润雪花啤酒管理人员带头执行《华润经理人守则》、《华润十戒》、《华润雪花管理人员行为准则》、《华润雪花礼品、礼金管理办法》等公司规章制度。

(2) 华润雪花啤酒在全公司范围内先后组织开展了“管理人员行为准则学习和对照自查”、“阳光宣言”、“抓好反腐倡廉, 纯洁企业风气”等活动, 对中高层管理人员开展道德诚信、内控风险等培训累计690人次。重点实施了“阳光宣言”活动, 通过内部网络、宣传栏、内刊等多种形式, 组织涉及90余家工厂、200余个销售大区的近6万员工积极践行诚信文化。不仅针对不同岗位、不同职级进行分类指导和确定宣言内容、承诺对象, 还组织集体宣誓仪式体现工作的严肃性和规范性。同时为了积极宣传公司诚信文化, 在销售、运营、工程、采购等敏感岗位上积极开展了面向商业合作伙伴的“三亮”活动, 即亮身份、亮承诺、亮监督举报方式。

(3) 2014年, 华润雪花啤酒抽调130人次参与风险管理和专项审计工作, 先后组织39人参加集团和华创举办的审计和风险管理培训。通过系统的学习, 提高了监察人员的业务能力和职业道德素质, 促进了监察工作的开展。

古建传承

由于保护不当和历史原因等因素造成我国大量古代建筑消失殆尽, 并且中国古建筑的传统技艺仅依靠工匠间口口相传, 缺乏科学系统总结和文字记载。秉承弘扬民族共识、精神大义的家国情怀, 见微知著、以点(古建筑)见面(中国文化)的行动理念, 华润雪花啤酒愿意为中国古建筑知识的普及做一点事情。当我们开始行动时, 发现了两个令人惊奇的现象: 一是在这片天地里, 有这么多的前辈和新秀在努力和富有成效地工作着; 二是这个领域的研究经费是如此的窘迫, 令我们瞠目结舌。

华润雪花自2008年起, 与清华大学建筑学院开始合作, 相继投入超过三千万元, 资助清华大学古建筑研究, 通过系列丛书出版、纪录片拍摄和主题摄影大赛的举办等多元活动的持续开展, 在塑造雪花独特的中国元素内涵的同时, 成功地推动了中国古建筑的普及和传承, 让中国古建筑走向大众。

“普及与传承”系列丛书

为推动中国古建筑知识体系的完善, 提升社会大众对中国古建筑的价值认知, 华润雪花啤酒与清华大学共同策划出版了多套中国古建筑普及与传承系列丛书, 其中有《北京五书(中英文版)》、《民居五书》、《装饰五书》、《古都五书》、《园林五书》、《北京古建筑地图(上、中、下)》等。并相继在各省举办新书发布会、赠书仪式、读书会及书友会等, 每年向全国高校图书馆, 国家省级图书馆, 知名媒体, 大中专院校

等累计赠书五万余套。其中,《北京五书》英文版已在美国出版。

华润雪花啤酒与清华大学合作开发“中国古建筑地图系列”,力求将中国古代建筑知识、文化、历史和地理背景融为一体,为大众提供兼具知识普及和实地考察指引的新型的“中国古建筑普及与传承系列丛书”,从而更有效的推广和普及中国建筑文化,并将中国古建筑文化的普及工作通过正在开展的地图五书推向新阶段。

2014年完成并将于2015年出版的首批地图内容涉及:浙江、广东(及海南)、江苏(及上海)、安徽、福建等五个地区的古建筑单体和组群,在具备实用性和专业性的基础上,力求使内容通俗,为中国古建筑知识的普及提供指导和帮助。



“中国古建筑摄影大赛”

自2009年开始,由华润雪花啤酒携手清华大学建筑学院举办的“雪花纯生·中国古建筑摄影大赛”已成功举办了六届,累计在全国十几个省市共开展了近百场的古建筑摄影拍摄、公开课、影展等丰富多彩的活动。“雪花纯生·中国古建筑摄影大赛”已经成为全国规模最大的、以中国古建筑为拍摄题材的摄影类活动,并受到了建筑爱好者和摄影爱好者的广泛关注与认可。

2014年 1月5日,第六届“雪花纯生·中国古建筑摄影大赛”在全国启动,展开了为期6个月的古建筑拍摄、公开课、影展以及作品评奖活动,并成功举办了“2014光影园林”年度大型主题外拍活动。

第六届“雪花纯生·中国古建筑摄影大赛”征稿期从2014年1月5日起,至5月5日截止,共有136万人参赛投稿,参赛作品高达247万幅,再次创下中国摄影比赛的规模之最。与此同时,在大赛活动期间,新媒体官方账号的粉丝数量达到了197万,而活动期间线上新媒体覆盖人数也高达600万人。活动吸引了广泛的人群对中国古建筑知识的关注,为古建筑的传承提供的大量的影像资料。

在活动中,华润雪花啤酒邀请著名专业摄影师和古建筑专家讲述摄影与建筑美学的相关知识,为参赛者提供专业指导和支持。作为大赛重要组成部分的“2014光影园林”年度大型主题外拍活动,聚集的资深摄影专家、古建筑专家,以及来自全国的获奖摄影师,在12天的时间里,走访拍摄了闽南、岭南两地

多达十余处古建筑的巨古风姿。沿途中，华润雪花啤酒邀请清华大学古建筑专家对古建筑特点、历史等知识进行了介绍，使摄影师们有了更深刻的理解和感悟，并创作出了更有内涵的作品。

古建筑知识普及推广

从2014年7月起，至9月止，华润雪花啤酒邀请众多古建筑及摄影专家在北京、广州、成都、扬州4地共举办了5场古建筑名师公开课活动，古建筑及摄影专家们向活动参与者深入浅出的讲解古建筑与古建筑摄影的知识，活动受到了参与者的一致认可及好评。

同一时期，华润雪花啤酒也在北京、广州、成都、上海、扬州、大理6地先后举办了6场各为期一周的古建筑全国影展活动，现场观展的观众共计达到了37万人次，活动微信信息总覆盖人数高达224万人，真正做到了将古建筑的知识向社会大众广泛的普及推广。



古建筑丛书获奖包括：

1、“北京建筑五书”系列（《北京天坛》《北京四合院》《北京紫禁城》《北京颐和园》《北京古建筑地图》）

2009“经典中国国际出版工程”（英文、俄文）

2013年中国图书对外推广计划（俄语）

2、《北京古建筑地图(上)》

2009年中华读书报100佳图书

2010年第三届中国建筑图书奖最佳生活图书

3、“中国民居五书”（《北方民居》《西南民居》《浙江民居》《赣粤民居》《福建民居》）

2010年度全国文化遗产最佳普及图书

4、中国古都五书系列（《古都西安》《古都南京》《古都洛阳》《古都开封与杭州》《古都北京》）

第三届（2013）中国大学出版社图书奖优秀畅销书

2013年“经典中国国际出版工程”（英文、德文）

5、《中国古建筑(DVD)》

中央对外宣传办公室2013年外宣出版项目（俄文、英文）

6、中国古典园林五书系列（《北方私家园林》《岭南私家园林》《中国皇家园林》《江南私家园林》《闽台私家园林》）

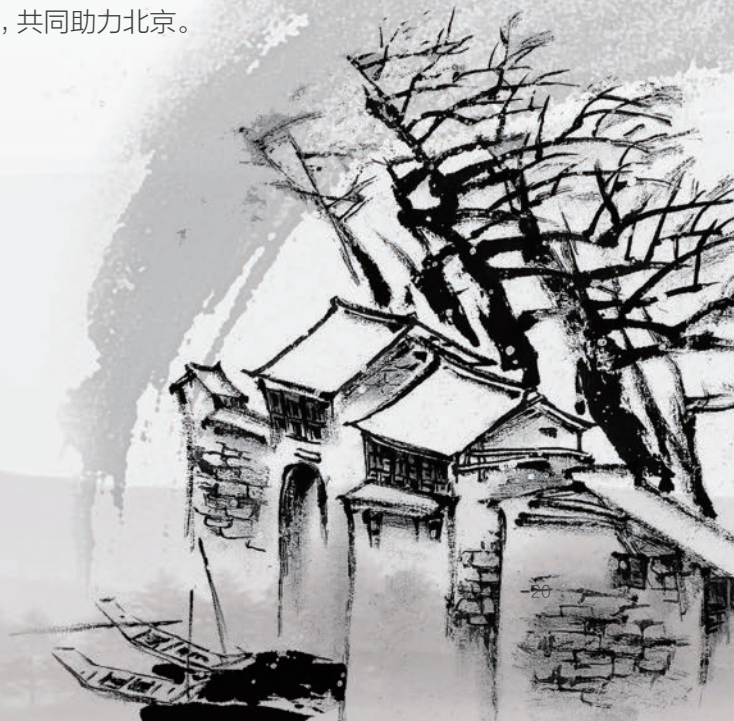
第五届（2015）中华优秀出版物大奖

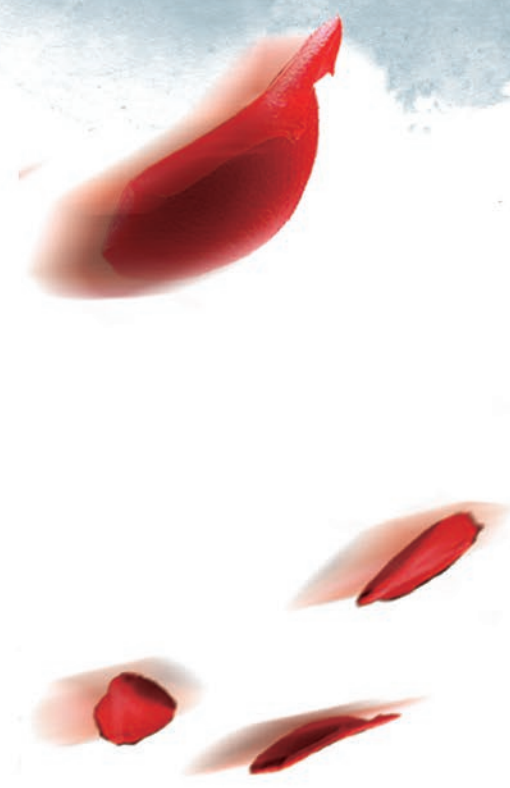
支持北京申冬奥

2014年8月26日，北京冬奥申委在北京召开新闻发布会，宣布华润雪花啤酒成为支持北京冬奥的啤酒企业。

中国申办2022年冬奥会，将进一步促进中国奥林匹克运动的发展，展示我国发展综合实力、提升国际影响力。这是北京成功举办2008年奥运会后，又一次申办世界性大型综合运动会。如果北京最终申办成功，北京将成为历史第一个完成举办夏奥和冬奥的城市。雪花啤酒所倡导的以“进取、挑战、创新”为核心精神的“勇闯天涯”活动与冬奥会“不畏严寒，挑战自然极限”的冰雪运动也有诸多共同之处。华润雪花啤酒与北京冬奥申委正式签约，成为北京申办2022年冬奥会的支持企业，旨在倡导全民冬季健身运动，享受冬奥，享受雪花，也希望通过支持申办，能够助力中国软实力在国际舞台上的文化输出。

作为啤酒行业唯一支持北京申办2022年冬奥会的企业，华润雪花啤酒将全力以赴推介中国冰雪自然景观，推介冰雪运动，推介支持冬奥申办。2015年华润雪花啤酒预计选用60亿瓶“北京申冬奥版”雪花啤酒上市，持续开展为期半年多的冰雪推广活动，并以电视、平面、网络以及全国各类冰雪节等方式，提升大众对冬奥会的认知，号召更多爱好者加入到冰雪运动中来，共同助力北京。





为投资人创造
价值回报



保 值 增 值 绩 效	协 同 发 展	为 股 东 创 造 价 值
----------------------------	------------------	---------------------------------



保值增值绩效

在行业增速放缓，并且整体市场容量下降的情况下，华润雪花啤酒主营业务收入、销量仍保持增长。截止2014年底，华润雪花啤酒拥有96家啤酒厂，标准产能1628万千升/年，比2013年末增加103万千升，实现年销售量1184万千升，同比增长1.05%，营业额273亿元，同比增长3.7%，实现利润16亿元，所有者权益同比增长5.9%。

2014年，华润雪花啤酒继续以全国销量第一，市场占有率全国第一的骄人业绩领跑中国啤酒行业，向世界一流啤酒企业目标迈出坚实一步。

2012至2014主要经济指标

主要经济指标	2012	2013	2014	2014同比
资产总额(亿元人民币)	348.8	464.7	456.1	-1.8%
所有者权益(亿元人民币)	165.7	203.1	215.2	5.9%
营业收入(亿元人民币)	228.5	263.4	273.3	3.7%
利润总额(亿元人民币)	18.8	21.3	15.9	-25.2%
净利润(亿元人民币)	13.3	15.2	12.0	-20.9%
归属母公司所有者利润(亿元人民币)	13.2	14.7	11.9	-19.4%
净资产收益率(%)	8.0%	7.4%	5.6%	-25.0%
总资产报酬率(%)	5.8%	5.5%	4.2%	-23.1%
利税总额(亿元人民币)	67.8	79.3	77.8	-1.9%
应交税金总额(亿元人民币)	54.5	64.1	65.8	2.7%

协同发展

建设协同组织与制度:

华润雪花啤酒成立了华润雪花啤酒协同工作领导小组,设立协同工作领导小组办公室,在生产中心、营销中心、各区域公司分设协同工作执行小组,进一步推动协同工作在华润雪花啤酒全面展开,制定协同工作目标,每月、季定期跟踪目标达成情况。

协同战略执行情况:

华润雪花啤酒按照华润集团、华润创业的总体安排,进行了逐级、有效地分解,结合公司实际并匹配了足够的资源,依据协同业绩合同有序开展协同工作。2014年,华润雪花啤酒协同业绩合同执行情况良好,主要协同工作均取得阶段性的进展。

与华润银行产融协同实现,上下游客户在华润银行日均存款0.28亿元,上下游优质客户11个。

与华润万家业务协同项目,雪花啤酒累计销售额1.57亿元,比去年同期增长4%;协同销售数据及时共享率100%。

与华润饮料的销售渠道协同工作建立渠道协同项目组,确定月度沟通机制,设计项目月报模版,通过月报了解协调项目执行情况,统筹管理项目相关资料。通过沟通协商,确定了主要协同内容、目标,选定了试点区域公司和试点市场,以及双方组织执行人员等。

集团集采(冰柜)项目推进,华润雪花啤酒与海尔集团双方签订《雪花定制冷柜加工定作意向协议》,截止2014年底,共采购定制冷柜30000台,采购金额约5757万元,占冷柜采购总金额25%。

协同宣贯:

华润雪花啤酒通过各类协同培训班等宣贯协同文化,输出协同管理月报;协同简报投稿,输出协同理论研究文章;召开产融协同“E销通”业务研讨会,组织采购系统会议宣贯协同集采2次,采购招标制度对标会议1次,修订研讨会3次;在OA建立精益协同专栏,宣传、交流协同信息。

为股东创造价值

近年来,中国啤酒市场增长速度逐步放缓,原材料成本仍维持在高位,人工成本逐年上升,行业竞争日趋激烈,华润雪花啤酒业务面临着严峻的市场挑战。并且伴随着行业集中度的进一步提升,未来行业并

购机会大幅减少。在此背景下，华润雪花啤酒将更加依靠内涵式增长，需要密切关注消费者需求，努力提升产品质量和品牌形象，通过精益管理加强市场营销、改善产品结构和成本控制，进一步提升企业的市场竞争力。

结构优化

华润雪花啤酒继续关注消费者需求，努力提升产品质量和品牌形象；推进精益管理，进一步提升企业市场竞争力；加速实现营销全国化、生产基地化；通过加强市场营销、改善产品结构、提升精制酒销量以及渠道改造；持续加强管理，提高营运效率；持续开展终端销售管理研究，支持提高一线业务人员能力素质；继续与华润万家、华润怡宝协同发展。

行业贡献

华润雪花啤酒持续进行企业专项投入，提升产品质量、节能降耗、安全生产、提升效率、新品开发，满足企业发展战略目标的实现，发挥中国啤酒行业第一品牌的带头作用。

华润雪花啤酒面向全社会开展“雪花·第一酿造”活动，“雪花·第一酿造”活动是华润雪花啤酒面向媒体记者、意见领袖开展的工厂参观体验类活动，旨在传播华润雪花啤酒的第一酿造能力、第一酿造水准、酿造好啤酒的追求精神等。2014年8月，“雪花·第一酿造”在沈阳启程，带领参观者体验了“亚洲最大”的华润雪花啤酒沈阳工厂；11月，走进杭州工厂，体验“亚洲首条最快”听装酒生产线。



为员工构建幸福家园



员工关爱
员工成长
员工权益保护



华润雪花啤酒重视员工的培养、发展、为员工提供多样化的福利政策，保障员工合法权益，关爱员工生活，实现员工发展和企业发展的良性互动，着力为员工打造一个安全、舒适、和谐的工作生活环境，使得员工能更好发挥其才能。

员工权益保护

华润雪花啤酒重视并认真遵守国家关于员工权益保障方面的各项法律法规，保障员工基本权益，改善员工薪酬福利待遇，引导员工参与企业管理，严格落实企业对员工的责任。

基本权益

华润雪花啤酒认真遵守《劳动法》、《劳动合同法》、《女职工劳动保护规定》、《最低工资规定》、《职工带薪休假条例》、《工伤保险条例》等员工权益保障方面的各项法律法规，并根据政策法规的修订，及时出台企业内部的相关管理规定，切实保障员工的合法利益。

重视员工的积极性和发挥员工的智力资源，在满足员工自身需求的同时，积极引导员工参与企业的日常管理活动，达到企业与员工的和谐发展。

建立了完善的工会制度、职代会制度、总经理接待日制度，定期开展员工合理化建议征集，并对采纳情况进行通报和嘉奖。下属各公司均建立了职工代表大会制度和工会委员会，企业生产车间建立工会分会、工会小组。

公司制定工资、福利、安全生产以及劳动保护等涉及职工切身利益方面的制度时，事先征求职工意见。华润雪花啤酒劳动用工、劳动报酬、工作时间、休息休假、保险福利、劳动安全与卫生均通过平等的集体协商。华润雪花啤酒有关福利政策和员工权益有影响的规章制度，经职代会通过才能生效和实施。

在企业内部管理中，也逐步推行公开透明的阳光政策，对员工的绩效考评情况定期进行公示，并接受员工申诉和建议。

劳动报酬

华润雪花啤酒严格落实国家和地方相关薪酬福利法规、政策，依法、合规为员工缴纳各项社会保险和住房公积金，严格执行员工带薪休假规定，保障员工的休息休假权利，全年未发生重大劳资纠纷事件。

改善员工工作环境，完善工服、食堂、宿舍、班车等与员工工作生活息息相关福利，同时为员工提供带薪休假、免费健康体检、培训等。

持续完善中基层员工薪资长效增长机制，落实华润集团“为岗位付薪、为绩效付薪、为能力付薪、为

市场付薪”的付薪理念，完善岗位价值图谱，持续推进全员绩效管理，定期开展外部市场薪酬数据对标，持续提升员工薪酬水平。

职业健康

华润雪花啤酒根据《职业病防治法》及华润雪花啤酒《职业危害与职业病防治管理规定》要求，开展职业危害识别、评估和控制工作，加强对从业人员职业健康培训和健康监护、个体防护用品配备及使用管理，不断完善职业危害防护设施，进行职业危害因素的检测、评价与治理。从业人员上岗前、岗中和离岗时，均进行职业健康体检并建立职业健康档案，保护从业人员的职业健康。2014年，华润雪花啤酒员工体检覆盖率100%。

员工成长

人才培养与职业发展

华润雪花啤酒关注员工能力的提升，重视人才培养，与华润大学对接，建立雪花啤酒专业学院，逐步完善华润雪花啤酒的培训体系。雪花啤酒专业学院对员工的培训以员工综合能力培训为基础，针对不同层级、不同专业的员工对应设计不同课程，包括通用知识、职能专业以及领导力和胜任力培训。

雪花啤酒专业学院建立分层级、分专业的培训体系：

承办华润“未来之星”新员工训练营，对来自各下属公司的2014年应届本科毕业生进行为期45天的培训，2014年度承办的“华西五营”获得集团新员工训练营最高奖项金太阳花奖；

持续开展华润雪花啤酒中层胜任力培训项目，当前领导力模块已经完成第一轮次的工作，期间完成全部中层测评，人才初步盘点，核心课程交付，个人行为提升手册制作、中层胜任力考试测验等工作；

开展华润雪花啤酒高层领导力培训项目，自2008年4月以来，华润雪花啤酒高层领导力发展项目已完成七期课程班的培训，通过与北京大学光华管理学院等专业院校和培训机构的合作，采用集中授课的形式。学员组成涵盖生产、营销和职能等多个系统，分别来自华润雪花啤酒总部和所属的各个区域公司，前七期课程班累计培训近500人次。通过对不同区域和多系统高层管理者的培训，华润雪花啤酒高层领导力发展项目为提升华润雪花啤酒高层管理者的整体素养，为企业的高效运营提供了有效的支持；

坚持精益人才培养，每年对员工进行精益黄带、绿带相关培训，开展项目改善，并依托华创专家和特聘专家开发的精益教材推动内部转训，2014年共培训绿带人员26名，黄带人员433名。

2014年，华润雪花啤酒实现员工培训人均13课时，人均培训投入382元，员工培训覆盖率100%。

华润雪花啤酒创建学习氛围，为员工提供多种在职、脱产的学习机会；建立双路/多路提升的员工职业发展通道；开展精益生产试点工作，建立员工技能培训发展体系。

用人机制变革

持续完善员工发展体系，出台工厂基层员工职业发展体系，健全技能/技术发展通道，规范技能/技术等级评定标准，引导员工关注技能提升；完善用人机制，推行管理人员公开竞聘，2014年通过竞聘选拔各级业务单位管理团队59人。

员工关爱

团队建设

华润雪花啤酒聚焦工作作风转变、关注价值成长、健全沟通机制、企业文化落地等持续开展员工关爱工作。持续推行“一线工作法”，各级管理人员转变工作作风，深入市场一线、深入生产车间、深入工作班组，解决员工实际问题，身体力行践行管理人员行为准则，传递诚信文化、树立规则意识，2014年各级管理班子成员一线走访36156次，解决员工问题17505个。并且连续6年开展员工敬业度调研，听取员工声音，关注员工诉求，解读调研结果，制定专项改进计划，2014年敬业度得分71分，满意度得分70分，连续多年处于稳定地带；持续开展总经理接待日，设置总经理信箱，直接倾听员工意见，传递公司管理政策，2014年各级业务单位开展总经理接待日1712次，解决员工问题2295个。

员工活动

为丰富员工业余生活，增强团队凝聚力，华润雪花啤酒各下属公司组织了包括员工运动会、郊游、拓展训练等在内的形式多样的活动。员工在活动中强健了体魄，加深了与公司和员工之间的情感交流，活跃了企业的文化娱乐氛围。

工作环境与职业安全

华润雪花啤酒安全生产工作始终坚持“以人为本、安全发展”的管理理念，围绕华润雪花啤酒战略目标，查找安全管理“短板”，以健全组织、完善制度、落实目标及责任制为基础，以加强教育培训、控制危险源、消除事故隐患、建立评价机制、防止事故发生为重点，推进全方位、全领域、全过程的安全生产风险管理，持续做好安全生产管理体系的运行、优化和改进工作。华润雪花啤酒持续改善员工工作环境，保护

员工身心健康,对高温、高湿、强噪音工作环境有计划地实施改造;围绕员工激励、员工发展、员工沟通、员工福利、员工健康、员工生活等六方面出台员工关爱举措,开展员工关爱工作;建立一线走访等沟通机制,完善内部沟通活动。

华润雪花啤酒安全生产工作始终坚持“以人为本、安全发展”的管理理念,围绕华润雪花啤酒战略目标,组织开展安全生产工作,落实安全生产措施,2014年,华润雪花啤酒未发生重伤及以上生产安全事故。

2014年,华润雪花啤酒共组织员工开展安全教育培训233079人次,开展相关方安全教育培训35827人次;组织开展各层级安全检查4887次;共计投入安全专项费用4500余万元,用于完善、改造和维护安全防护设备和设施、危险源与安全隐患的评估和整改等,进一步改进安全作业环境和安全生产条件。

2014年,华润雪花啤酒有15家工厂通过“安全生产标准化二/三级企业”达标认证,累计通过二/三级达标认证工厂78家。



困难员工帮扶

华润雪花啤酒总部层面设立了专项救助基金——“雪花救助基金”。自2006年6月1日起建立并实施，到目前为止累计支出146万元，用于救助在生活、健康中面临危难的中基层员工，2014年共34笔申请，支付266000元。

下属各区域公司也开展了一系列针对特殊群体的专项援助计划。如：

向困难职工发放生活补助、补贴等提高困难职工的生活水平；

设立助学金，解决困难职工子女的上学问题。

困难员工帮扶统计

帮扶项目统计	2012		2013		2014	
	人(户)次	金额(万元)	人(户)次	金额(万元)	人(户)次	金额(万元)
救助困难员工 (人次)	1054	73.60	1,109	70.53	1,147	71.17
走访慰问困难员 工家庭(户)	831	37.24	643	34.17	730	46.33
资助困难员工子 女入学(人次)	209	18.11	166	14.73	202	19.03
救助患病员工 (人次)	1153	57.11	862	61.72	940	82.35
合计	3247	186.06	2,780	181.15	3019	218.89

为顾客提供
优质产品



员新生产基地与设备改造关爱
产品研发与创新
产品质量管理与食品安全



产品质量管理与食品安全

质量标准

根据华润雪花啤酒的质量方针及质量目标,即:质量第一,消费者至上,勇于创新,追求卓越,践行社会责任和做世界一流啤酒企业,做世界最好的啤酒。华润雪花啤酒持续改进质量检测和技术管理,不断提升产品质量,建立了以啤酒卓越制造流程为基础,消费点质量管理为质量控制体系,以工艺技术标准、成品标准和成本控制体系为支撑的质量管理模式。质量管理的模式以市场和顾客需求为关注点和始终点,将产品经营、消费者及资本运营相结合,与消费者共同畅享产品成长和壮大的快乐,不断创造价值回报社会。华润雪花啤酒不断完善生产标准体系和食品安全体系,共制修订技术标准18份,完成产品安全、产品质量和产品服务战略解码,建立相应的标准体系,使生产标准具有集合性、目标性、可分解性、相关性、整体性和环境适应性。

为提高产品质量,系统化、科学化和标准化地规范企业内部管理,华润雪花啤酒大力推行ISO9000质量管理及HACCP食品生产管理,完善质量管理体系和食品安全管理体系,加强食品安全培训及考核,杜绝隐患事故的发生;完善质量投诉管理,加强啤酒瓶尤其是回收瓶质量控制,严格执行相关制度,杜绝质量不合格或超期使用的回收瓶进入生产线,确保消费者安全。

完善服务

完善华润雪花啤酒的客户服务体系,建立了华润雪花啤酒市场投诉快速反应体系。启用了全国统一的客户服务电话,规范客户投诉处理流程;完善工厂生产信息管理,实现了生产信息的快速、准确追溯。

产品研发与创新

华润雪花啤酒针对不同市场、不同层次消费者需求,按照“研制一代、开发一代、储备一代、应用一代”的原则进行新产品研制开发。以培育和提升企业自主知识产权技术作为出发点,组织技术攻关,解决制约行业发展的瓶颈技术难题,为行业的技术进步做出贡献。

中国酒业协会组织有关专家对华润雪花啤酒2014年完成的“啤酒产品包装外观质量的综合研究及应用”及“企业资源计划管理系统和销售分销管理系统在啤酒产业链管理中的开发应用”两个项目进行了科技成果鉴定。鉴定委员会一致同意通过鉴定,并认为两项技术均达到了国际先进水平。

有戏有味——雪花脸谱

随着生活水平的提高，消费者对高档以上啤酒的需求越来越强烈，为满足消费者需求，华润雪花啤酒研制开发了雪花高端产品“雪花脸谱”。

“雪花脸谱”从京剧艺术中汲取元素，打造“花脸+花旦”的产品组合，将中国传统文化中刚毅、厚重、婉柔、飘逸等气质挥洒得淋漓尽致，使当代生活方式与中国经典文化得以结合。

文化表于形，品质修于内。“雪花脸谱”甄选来自捷克的顶级柔香型萨兹酒花，所有大米均在酿酒前3天之内才进行脱壳，并采用了煮出法的独特酿造工艺，雪花脸谱研发生产的每个环节，力求精益求精，确保酿造的至臻完善。



新生产基地与设备改造

华润雪花啤酒注重生产设备研发与更新，2014年4月，中欧促进会组织欧洲啤酒行业九家设备公司包括KHS包装设备、丹佛斯、诺维信、英格索兰、中集集团和博世集团等在华润雪花啤酒召开技术设备创新交流活动。在质量改进、节能环保和设备效能提升等方面取得的创新结果进行了交流，对华润雪花啤酒进一步推进精益生产管理和改进节能环保等方面起到积极地推进作用。

2014年，华润雪花啤酒新增投产项目5个，增加产能103万吨；在建项目10个，预计增加产能90万吨；整线进口两条德国制造的高速易拉罐灌装线设备，单线易拉罐灌装能力提高到120000听/时，属国际领先水平。



与合伙
作伴 共赢

供 经
应 销
商 商



供应商

制度管理

华润雪花啤酒完善原料食品安全管理保障体系，引入质量延伸管理，通过对啤酒生产供应商生产链中涉及的技术质量控制及华润雪花啤酒工厂使用中质量反馈及改进进行管理，保证华润雪花啤酒产品质量，消除质量隐患，使产品质量稳定、受控、可追溯，从源头上保障产品质量。为了不断提升供应商管理与服务水平，防范食品安全风险，保证采购物资符合质量标准，建立稳定的、可控的、安全的且支持华润雪花啤酒长期发展的供应渠道，华润雪花啤酒制定《供应商管理规定》等相关采购规章制度；修订完善华润雪花啤酒《采购招标管理规定》；新起草编制华润雪花啤酒《采购合同签订管理实施细则》。从供应商考察认证、目录管理、合作考核、延伸管理、综合评价到新供应商进入、战略供应商评定等方面强化了制度管理。

考察认证

2014年华润雪花啤酒共修订了原辅料及包装物等16项物资的供应商现场考察认证标准，协助供应商提高自身的软硬件水平，优化采购供应资源，提高供应商的整体水平。

2014年4至8月份，分三个阶段对29家麦芽供应商进行了现场考察认证；5月份对13家糖浆新供应商进行了现场考察认证；1月及9月份对31家包装物新供应商进行了现场考察认证；9月份组织区域公司对295家包装物合作供应商进行了现场考察认证。

供应商综合评价

华润雪花啤酒根据供应商综合评价项目及规则，完成了387家统一采购供应商的综合评价，其中达到“良好”、“合格”标准的供应商占供应商总数的95%。

根据供应商的考察认证及综合评价,于2014年10月份编制了《2015年度华润雪花供应商目录》;根据战略供应商和不合作供应商的评定规则,2014年10-11月份对供应商进行了评定筛选,根据评定结果编制了《2015年度华润雪花战略供应商目录》和《不合作供应商目录》。

延伸管理

结合华润雪花啤酒进口麦芽采购方式,根据2014年度华润雪花啤酒进口麦芽委托加工计划,成立了委托加工大麦监控小组,对委托加工麦芽进行了全过程(从码头卸货至加工成品麦芽入仓)可追溯的监控和管理。截止2014年12月30日,共监控入仓大麦30.62万吨,已加工大麦25.23万吨,产出成品麦芽20.44万吨,目前剩余大麦5.39万吨。

华润雪花啤酒成立酒花监控小组,于2014年11-12月对甘肃、新疆4家国产酒花供应商的颗粒酒花加工过程进行了现场质量监控,共监控酒花1920吨,根据颗粒加工工厂的检验结果,监控加工的成品颗粒酒花理化指标符合华润雪花啤酒的质量标准。

华润雪花啤酒对啤酒瓶盖内衬垫片使用的非PVC进口粒料实施监控,对供应商供货瓶盖进行抽检,并送第三方权威机构进行图谱分析检验。2014年共计抽检11次,抽检样品近200个,有效防范了供应商掺假心态,规避了食品安全风险。

为进一步提高纸箱质量,开展精益生产、精益采购工作,华润雪花啤酒成立了纸箱项目专业小组,邀请纸箱战略合作供应商参与讨论,采用“质量保证倒推法”,编制了华润雪花啤酒瓦楞纸箱(板)原纸质量标准,同时制定了“违规用纸处罚办法”。2014年对原纸严格把关,通过不定期对供应商所用原纸进行飞行检查,确保纸箱原纸质量,有效提升了纸箱到货质量。

供应商审查

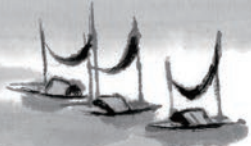


经销商

华润雪花啤酒采取“厂商——运营商——分销商——终端”的协作型的分销模式，为了支持经销商有续发展，公司各层业务人员定期对经销商在生意模式、盈利能力、经营方式等进行指导、设计和帮助。并组织优秀经销商走出去，去学习外省和经济发达地区快消品渠道的经营、管理经验。对具有一定规模的经销商辅助其开展经销商年度预算、业务计划、发展规划的制定，使经销商在经营管理走上正规化。此外每年定期召开经销商年终表彰会，选取优秀经销商代表介绍经验，使整个经销商队伍得到提升。

多年来，很多经销商伴随企业获得共同成长，在地方税收、下岗人员安置、政府扶贫帮困等活动中表现积极，成为当地两会代表和商业领导者。





安全
管理



安全生产目标责任管理

华润雪花啤酒总部向各区域公司下达2014年安全生产目标和过程控制指标,组织签订各层级安全生产目标责任书49188份,逐级承接分解细化企业年度安全生产目标,实现所有的单位、所有的部门、所有的人员都有安全目标要求。

为了保障年度安全生产目标与指标的完成,对安全生产情况实行逐级的定量控制、跟踪检查和监督考核,确保效益和安全同步双赢。

安全生产监督管理

华润雪花啤酒各单位结合安全生产的需要和特点,采用综合检查、专业检查、季节性检查、节假日检查、日常检查等方式,加强生产经营过程中人、机、环境、管理等因素的监督管理,重点抓好现场作业安全、法律法规、职业健康、危险源与隐患排查和治理、事故处理、应急管理内容的监督检查,实现被监督单位、监督范围和监督内容的全覆盖。

华润雪花啤酒总部组织对新加入工厂进行安全生产专项检查,组织各单位开展氨制冷、防尘防爆安全专项检查;并对区域公司进行安全管理内部审核。通过开展检查、评审和问题隐患整改,有力地促进了企业安全生产管理工作上台阶。

今年以来,区域公司对所属工厂进行安全生产交叉检查344次,各工厂组织厂级安全生产检查4832次。对排查出的隐患落实专项治理经费和专职负责人,按时完成整改。

安全生产教育培训

扎实有效地开展安全生产教育培训工作是提升全员安全意识和安全技能的重要途径。华润雪花啤酒组织编写了各岗位安全培训教材,做到一岗一教材、典型事故案例培训教材、专项培训教材、制作各岗位安全操作视频教材等,供员工学习、借鉴,进一步完善了华润雪花啤酒安全培训教材库。

2014年,华润雪花啤酒安全宣传教育培训共投入207.5万元;区域公司、工厂累计开展员工安全培训255406人次;各工厂对相关方从业人员进行培训40158人次,提高了各级各类人员的安全意识。

华润雪花啤酒各级企业做好特种作业人员培训和考证工作,华润雪花啤酒所有的7642名特种作业人员100%持有效证件上岗。华润雪花啤酒各级企业共有685人具有安全管理资格证书,有89人考取国家注册安全工程师。

安全生产应急管理

华润雪花啤酒按照“预防为主，常备不懈”的应急管理原则，加强对应急预案的编制、评审、培训、演练和应急救援队伍的建设工作，落实预案责任和应急救援装备、器材、物资，提高企业应急管理能力。

2014年，华润雪花啤酒总部、区域公司和工厂共有编制综合应急预案98个、专项应急预案863个、现场处置方案811个。

2014年，华润雪花啤酒基层企业共进行各类应急演练370次，其中实战演练260次，共有12818人次参与演练。通过日常训练、培训、技术竞赛、经验交流、模拟实战演习等多种形式提高了救助能力，提升了实战能力。

职业健康管理

华润雪花啤酒根据《职业病防治法》要求，开展职业危害识别、评估和控制工作，加强对从业人员职业健康培训和健康监护、个体防护用品配备及使用管理，不断完善职业危害防护设施，进行职业危害因素的检测、评价与治理。

在可能发生职业危害的场所设置报警装置、警示标识和警示说明，配置冲洗设备和现场急救用品，持续改善作业场所的环境。

按标准配备符合防治职业危害要求的个人防护用品，对从业人员上岗前、岗中和离岗时均进行健康检查，建立职业健康监护档案，每人1份，保护从业人员的职业健康。

安全生产标准化管理

华润雪花啤酒深入开展以岗位达标、专业达标和企业达标为内容的安全生产标准化建设，充分利用企业内部资源广泛宣传安全生产标准化的相关文件和知识，加强全员参与度，有序推进企业安全标准化达标升级。

2014年，华润雪花啤酒已有78间工厂通过国家二、三级标准化验收授牌。

缔造
可持续
生态环境

环
保
管
理



环保管理

华润雪花啤酒注重环保节能, 致力于建设资源节约型和环境友好型企业, 把发展绿色经济, 低碳环保作为公司发展战略。按照统筹规划、合理布局、因地制宜、注重实效、全员参与的方针, 不断地探索、创新建立啤酒企业绿色经济模式, 在技术可行、经济合理和有利于节约资源、保护环境的前提下, 按照减量化优先的原则, 以资源利用效率最大化、污染物产生和排放量最小化为目标, 积极采用“零排放”、废弃物综合利用等循环经济的减量化技术、再利用技术和再循环技术, 优化生产工艺和流程, 推动企业绿色经济发展。

完善环保管理体系

华润雪花啤酒健全总部、区域和工厂环保管理组织和责任体系建设, 明确环保管理职能, 落实环保管理责任; 完善环保管理制度, 不断促进节能减排管理规范化和制度化; 开展节能减排战略目标解码, 自上而下层层分解节能减排战略目标, 建立达成公司节能减排战略目标的指标保障体系。

强化环保全过程管控

华润雪花啤酒制定严于国家或地方政府标准的污染物排放内控标准, 不仅确保生产过程产生的污染物达标排放, 同时实现自主削减污染物的排放量; 开展环保、能源管理的系统评估和持续改进, 不断提升节能减排管理水平; 在实现对污染物有效治理和控制的同时, 更加注重在生产过程中节能减排, 实现清洁生产及资源循环的可持续利用。华润雪花啤酒能耗指标在行业内处于领先水平, 各类副产物得到有效处置利用。

强化环境风险管控

华润雪花啤酒在2014年开展环境风险评估, 消除隐患; 制定环境风险应急预案, 提高应对风险能力; 开展节能减排法律法规识别及符合性评价, 保障华润雪花啤酒节能减排工作合法合规。

华润雪花啤酒积极推广应用节能减排新技术、新工艺、新产品, 提高节能减排技术水平。2014年投入节能减排资金约2673万元, 实施和正在实施节能减排项目34项。

开展环保节能宣传

华润雪花啤酒组织公司下属90多家工厂开展了丰富多彩、形式多样的“世界环境日”、“节能宣传

周”、“全国低碳日”等主题宣传活动,开展“世界环境日”、“全国节能宣传周和全国低碳日”等多个主题宣传教育活动,提高全员节能减排意识。针对工厂所在地方特色,华润雪花啤酒开展特色化的节能减排公益活动,同时采取“请进来,走出去”的模式,聘请环保专业人士介绍环保专业知识和技术,不断提高员工节能减排专业技术水平:



在湖南,华润雪花啤酒组织工厂员工到华容县华一水库举行“关爱水源地、塑造优秀团队”主题活动。



在西藏,华润雪花啤酒组织员工开展了公益清理活动。



在内蒙古，华润雪花啤酒开展以“低碳环保始于足下，雪花啤酒勇闯天涯”为主题的绿色环保徒步活动。



在安徽，华润雪花啤酒组织“节能环保”宣传活动，向其他企业及社会大众展示公司节能减排成果。



在浙江，华润雪花啤酒邀请从事环保工作的专业人士走进工厂，就“企业如何做好环保管理工作”进行了培训和交流。



在四川，华润雪花啤酒邀请熟悉环保法规的专业环保工作者对工厂环保管理相关人员进行新环保法的宣传培训。

通过开展各色活动，华润雪花啤酒“节能环保”意识明显提升，据不完全统计，2014年有116条节能减排合理化建议得到采纳和落实。



与社会
和谐发展

慈善公益
助力文化传播
政府责任



政府责任

华润雪花啤酒在自身发展的同时,时刻不忘作为企业公民的责任,严格落实国家和地方法律法规,积极响应国家政策,在公司内部营造廉洁诚信经营氛围,并提高管理层对环境、经济和社会做出贡献的责任意识,将履行社会责任的理念与战略规划融为一体。带动就业,2014年新增就业岗位4610个。依法纳税,促进地方经济发展,2014年缴税总额65.8亿。

助力文化传播

产品标志与中国传统文化传播

品牌识别的独特性是一个品牌建立的重要因素,给消费者一个清晰的、独特的记忆和印象,是品牌建立的基础。“雪花”作为中国两个普通的汉字,很难形成清晰的记忆。尤其“雪花”还是一种自然现象的名称,品名识别的独特性就显得更为重要。

2008年,雪花啤酒正式推出全新品牌标识,采用中国独特的剪纸艺术风格,并将天然的“雪花瓣”图案植入“雪花”文字中,形成带有鲜明中国根、融合中国汉字和天然雪花瓣为一体的品牌标识。

在品牌塑造方面,华润雪花啤酒近年来一直进行雪花啤酒和中国文化的结合,不仅是品牌标识独具中国特色,产品包装设计也与中国文化有着密切关联。戏剧脸谱、中国印章、书法笔触、古建窗洞等独一无二的中国元素出现在不同档次的产品包装上,让消费者在第一时间从视觉上感知雪花啤酒的独具匠心,也深度感知到雪花是具有中国特色的啤酒品牌。

脸谱与戏剧文化传播

中华优秀传统文化是中华民族的精神命脉,是涵养社会主义核心价值观的重要源泉,也是我们在世界文化激荡中站稳脚跟的坚实根基。要结合新的时代条件下,坚持开拓创新、融会贯通才能传承和弘扬中华优秀传统文化、美学精神。

“脸谱”是中国传统戏剧里演员脸部的彩色化妆,图案丰富,用于舞台演出时的化妆造型艺术,并在国内外流行的范围广泛,已被大家公认为是中华民族传统文化的标志之一。

雪花超高档啤酒以独特的“中国脸谱”作为品牌该档次识别元素,透过其博大精深的中国文化内涵折射自身品牌的价值体验。产品标识采用灵动传神的脸谱形象,将传统的东方元素用现代时尚的方式演绎,

体现了雪花脸谱独有的“中国味道”，使得人们更加感受到当代生活方式与中国经典文化完美结合的亲切与力量。

雪花超高脸谱通过在终端以中国脸谱为主元素的生动化展示，营造出东方元素的现代时尚气质，通过与戏曲文化精神相关的推广活动，向消费者传递中国戏曲文化，建立对中国戏曲文化的认同感和自信心。

雪花勇闯天涯——传递社会正能量

“雪花·勇闯天涯”活动是华润雪花啤酒所创立的一个独特的文化品牌活动，活动从2005年创立以来，至2014年已走过了十个年头。“雪花·勇闯天涯”活动倡导“进取、挑战、创新”的精神，始终与社会脉搏与时代精神同步，持续不断地传递社会正能量。



从雅鲁藏布大峡谷，探索长江源，远征国境线，到极地探索，挑战乔戈里，共攀长征之巅，从穿越可可西里，冲破雪线，到翻越喜马拉雅、挑战未登峰，勇闯天涯十年历程中，挑战了各种极限环境，雪山、峡谷、激流、荒漠、戈壁、国境线等艰险地理地貌环境中都有雪花勇闯天涯队伍的足迹。华润雪花啤酒以始终如一的户外挑战活动方式，鼓励社会大众走到户外，在艰险的自然环境中，经历困难和考验，磨练意志和勇气，这既是勇闯天涯活动一直秉持的“进取、挑战、创新”的品牌精神的印证，也是向社会倡导一种积极的、充满正能量的生活方式和态度。



以“挑战未登峰”为主题的2014勇闯天涯活动，就是对从来无人登顶的山峰进行挑战性开拓性的攀

登。“未登峰”不仅意味着人类从未登顶的山峰，更象征着人类尚未完成的超越。挑战未知从而突破极限，不仅是对身体的磨练，更是精神和意志的升华。

2014年雪花勇闯天涯选拔活动于6月13日正式全国启动，活动覆盖全国23个省份，在124个城市招募、选拔，全国区域线下选拔参与人数近百万人，网络线上互动体验人数超过千万。勇闯天涯队员是来自五湖四海、各行各业，具有广泛代表性的各类人群，在勇闯天涯精神的引领下，进取拼搏，挑战自我，实现自我的超越。为期3个月的全国区域选拔结束之后，全国各地的63名优胜者在9月中旬齐聚雪花勇闯天涯挑战队伍，踏上了挑战未登峰的征程。9月25日12点35分，雪花勇闯天涯的两位勇士成功登顶5075米的未登峰主峰。

勇闯天涯活动不仅仅是雪花啤酒回馈消费者的独特文化品牌活动，更已成为众多户外运动爱好者及普通社会大众的行走盛宴，成为勇士们挑战自我、勇攀高峰的精神家园，也让越来越多的人感受到挑战自我、勇于前行、不断创新快乐和意义。

2015年开始，雪花勇闯天涯将目光落在了天之骄子——“大学生”身上，将重点开展针对大学生人群的主题活动，在全国高校范围内全面启动和广泛开展“雪花勇闯天涯大学生挑战未登峰”活动。活动依旧坚持户外挑战方式，旨在让大学生人群走出象牙塔，在户外自然环境中接受锻炼和考验，让“勇闯天涯”所代表的“进取、挑战、创新”的品牌形象落地于校园。



慈善公益

一、环境公益

“我为家乡种棵树”

2014年5月10日，由华润雪花啤酒独家赞助的“我为家乡种棵树”龙广第六届大型植树活动盛大启动。活动当天，龙广知名主持人带领1200余名市民前往哈尔滨市阿城区金龙山国家森林公园，华润雪花啤酒员工与市民们齐心协力共同种下了4000余株象征着挺拔刚毅、四季常青的青松树苗。自2006年起，华润雪花啤酒在哈尔滨连续多年开展了“携手雪花啤酒，共建绿色家园”大型植树公益活动，极大地树立了企业爱心形象，使品牌亲和力不断提升。



“防沙治沙”公益行

2014年6月21日，华润雪花啤酒组织举办“防沙治沙”公益行。公司组织100多名员工，携带着劳动工具和500斤灌木籽，来到海拉尔区哈克镇的沙化地进行种植灌木、防沙治沙的工作，为保护草原贡献一份力量。



二、文化公益

华润雪花啤酒晋陕区域公司山西营销中心搭载山西黄河电视台“爱心书屋”公益活动，将《园林五书》图书捐赠给山西的3所小学，分别为原平大芳小学、左权龙泉乡草亭小学、平顺县阳光站小学。通过媒体和社会对此公益项目的高度关注，在献出爱心的同时向社会大众传播中国古建筑文化。

三、教育公益

捐资助学

2014年，华润雪花啤酒黑吉区域多次为困难学生送去暖暖温情，包括困难学生家庭走访慰问，困难学校捐资助学，资助矿区贫困学生等，全年累计捐资145000余元。

“勇闯一族青春励行”实战营销公益活动

2014年5月-7月，华润雪花啤酒晋陕区域公司陕西营销中心联合陕西多所重点高校：西安电子科技大学、西安交通大学、长安大学、西北工业大学、西安邮电大学、陕西科技大学，共同举办了雪花“勇闯一族青春励行”实战营销公益活动，在西安交通大学通过为大学生搭建营销实践平台并进行相关的就业及营销培训，提升大学生的实践能力和就业能力，参加人数近500人。并为冠军高校西安交通大学捐资5万元的公益助学金。

“2014雪花爱心助学活动”

2014年9月，华润雪花啤酒甘青区域公司启动了“2014雪花爱心助学活动”，与共青团甘肃省委、甘肃省青少年发展基金会联合在甘肃省内各高校，资助高校在校品学兼优的贫困生其最后一学年的学费，并协助相关专业大学生完成就业安排。本年度“雪花爱心助学”活动共计资助学生100名，总计捐助金额为六十万元。

四、社会公益

建设希望小镇

2014年，华润雪花啤酒贵州区域公司全力参与遵义土城华润希望小镇建设，并出资100万元修建群众文化广场，为小镇居民提供一个休闲娱乐集会的广阔平台。

关于本报告

本报告是华润雪花有限公司颁布的年度社会责任报告。主要介绍华润雪花啤酒,开展责任管理,履行对股东责任、员工责任、客户责任、合作伙伴责任、生态环境责任、安全责任、社会责任等方面的重要信息。

1、报告可靠性保证

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。

2、报告时间范围

2014年1月1日至12月31日,部分内容超出上述范围。

3、报告发布周期

华润雪花社会责任报告为年度报告,于每年第二季度发布。

4、报告数据说明

报告中的数据来源于公司内部文件和信息统计系统数据。

5、报告参照标准

国务院国资委《关于中央企业履行社会责任的指导意见》、《中央企业“十二五”和谐发展战略实施纲要》;中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》(CASS-CSR2.0),全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告指南(G3版)》;《华润企业公民建设指引》、《华润集团社会责任管理办法》

6、报告称未说明

报告中“华润雪花有限公司”以“华润雪花啤酒”、“公司”、“我们”表示。

7、报告获取

通讯地址:

中国 北京市建国门北大街8号 华润大厦306室306 China Resources Building No.8 Jianguomen North Avenue Beijing 100005

电话:(86-10) 65179898

传真:(86-10) 85191900

电邮: crboffice@crb.cn

网址: www.snowbeer.com.cn

意见反馈

尊敬的读者:

你好!感谢您阅读本报告,为持续改进华润雪花社会责任工作及社会责任报告编制工作,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。并传真到(86-10)85191900或电邮到crboffice@crb.cn。

1、您对公司社会责任报告的总体评价是

好 较好 一般

2、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

3、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

4、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

5、您对公司社会责任工作和本报告的意见和建议,欢迎在此提出。

如果方便请告诉我们关于您的信息:

姓名:

职业:

机构:

联系地址:

邮编:

e-mail:

电话:

传真:



与您携手 改变生活

华润（集团）有限公司
China Resources (Holdings) Co., Ltd.

香港湾仔港湾道 26 号华润大厦 49 楼
49/F, China Resources Building, 26 Harbour Road,
Wanchai, Hong Kong
Tel: 00852-28797888 Fax: 00852-28275774
<http://www.crc.com.hk>