



2014

华润怡宝饮料（中国）有限公司
社会责任报告



分享·信任
你我的怡宝



目 录



- | | |
|----|------------------|
| 2 | 第一章：前言 |
| 5 | 第二章：责任专题 |
| 12 | 第三章：责任引领未来 |
| 25 | 第四章：维护股东权益 |
| 38 | 第五章：重视基层、关爱员工 |
| 49 | 第六章：为客户提供优质产品与服务 |
| 56 | 第七章：与合作伙伴携手共赢 |
| 60 | 第八章：与社会和谐共存 |
| 74 | 第九章：缔造可持续生态环境 |
| 83 | 附录 |

第一章：前言

(一)公司概况

华润怡宝饮料(中国)有限公司是经深圳市人民政府以深府口[1984]064号文批准，于1984年11月19日成立。1989年，华润怡宝在国内率先推出纯净水，是国内最早专业化生产包装饮用水的企业之一，主营“怡寶”牌系列包装饮用水。2012年，华润怡宝跻身饮料行业十强。华润怡宝也是《瓶装饮用纯净水》国家标准的主要发起和起草单位之一。多年来被认定为中国驰名商标、最具市场竞争力品牌、广东省著名商标、深圳知名品牌等。

“品牌基石，责任为先”，一直以来，华润怡宝深入细致地发掘市场增长潜力，用孜孜不倦追求产品优质安全的责任心赢得消费者的信任。公司现有自建工厂12间，旗下拥有自有品牌“怡寶”、“加林山”、“魔力”及日方授权的“午后红茶”、“午后奶茶”、“火咖”系列等多个著名品牌；产品品类包括纯净水、矿泉水、奶茶、咖啡、功能性饮料等，现有SKU达到14个。华润怡宝致力于为消费者提供更多元化的选择及高品质的产品。

华润怡宝始终牢记社会责任，2013年率先发布《中国瓶装水企业责任倡议书》，与社会分享企业责任与品牌的成长。从2007年开始，华润怡宝开展“怡宝百所图书馆”以及“1+1中华强”等公益活动，截止2014年已捐建怡宝图书馆132所，体育课堂26个；同时，关注社会弱势群体，积极开展“水知道幸福”、“水系邻里”等关爱一线送水员、构建和谐社区的公益活动，这些活动让我们的事业不仅是销售一瓶瓶单纯意义上的水，更是一种回馈社会的情感体验。

发展至今，华润怡宝的销售网络已遍及全国大部分省市等地区。未来5年，华润怡宝必将保持自身的包容性与前瞻性，不断以品牌创造力，给予消费者更多惊喜和体验，将更多高品质、时尚生活理念传递至广大消费者心中。

截止2014年已捐建怡宝图书馆

132所

体育课堂

26个

第一章：前言

(二)组织架构

华润怡宝总部有14个职能部门，下设7家分公司、12家自有工厂，33家OEM工厂，9571名员工。

(三)产品介绍

怡宝纯净水

350ml
555ml
1.555L
4.5L
18.9L
量贩装：555ml × 12支



魔力

500ml维他命

午后奶茶

500ml经典原味

500ml巧克力口味

加林山

500ml加林山

火咖咖啡

180ml意式香浓拿铁

280ml意式倍醇拿铁

440ml意式拿铁咖啡

440ml美式冰咖啡

第一章：前言

(四) 华润怡宝在2014





责任专题

—2014年怡宝百所图书馆计划

“1+1，书送爱”



第二章： 责任专题 “1+1，书送爱” —— 2014年怡宝百所图书馆计划



华润怡宝结合自身品牌核心理念“信任、分享”，发起“百所图书馆计划”，用责任与爱心为乡村的孩子撑起一片梦想的天空；同时，无论是雅安地震，还是东北、潮汕地区等地的洪涝灾害，都能看到华润怡宝人在灾区、在前线奔波的身影。华润怡宝致力于推动慈善公益事业，履行企业社会责任，积极为构建和谐社会出一份力。

华润怡宝“百所图书馆计划”于2007年启动，旨在为教育资源匮乏地区的中小学捐建公益性质的图书馆。以“分享知识，解渴心灵”的项目理念为己任，项目提出“用一瓶怡宝水换一本闲置书”的方法，启动书籍的城乡循环利用，鼓励市民捐出闲置书籍，赠予贫困地区中小学校，共同建立华润怡宝图书馆，关注贫困地区孩子们的成长，改善他们的阅读现状，启迪心智，开拓视野。



第二章： 责任专题 “1+1，书送爱” —— 2014年怡宝百所图书馆计划

(一) 2014年“百图”活动概述

2014年7月27日，华润怡宝在深圳少儿图书馆举办了项目启动仪式，拉开了今年百所图书馆项目的帷幕，今年的怡宝百所图书馆活动于全国四十余座城市展开图书募集、图书馆捐建、爱心回访之旅等活动。以“1+1，书送爱”为主题，携手为贫困地区儿童撑起一片知识的蓝天。在今年的公益项目执行中，联动了“南方都市报”及“腾讯文学”两大内容平台，邀请了媒体外脑、文学大师、青年才俊加入项目共同号召全社会关注。

今年项目启动以来，百所图书馆计划便在全国掀起了捐书热潮，先后走进全国47个城市，开展社区募书活动2840场次。除了社区里全民踊跃捐书，该公益项目在网络上也引发热烈讨论和广泛关注，万余名网友参与了公益书单推荐活动，更有刘震云等文学大师亲自为孩子们推荐读物！

2014年，“1+1，书送爱”怡宝百所图书馆计划完成了27所怡宝图书馆建设。8年来累计捐建公益图书馆132所，捐赠了超过100万册图书。

(二) 华润怡宝百所图书馆计划参与各方责任和行动

华润怡宝企业及员工责任行动

公益是实实在在的行动。8年坚持做一个公益项目，华润怡宝早就把“踏实做公益”的行动理念深植心里。

项目启动前一个月，公司项目执行小组就给各分公司执行团队下发了项目执行手册，并就项目执行的细节进行了沟通，做出整体部署安排。同时建立专门的沟通渠道和机制，及时解决执行中存在的问题或困难。七八月份的酷暑天气也挡不住怡宝员工的公益行动。社区选点、场地沟通、以水换书、书籍分类每个环节都一丝不苟，认真执行到位。

开展社区募书活动

2840场次

截止2014年累计捐赠超过

100万册图书

第二章：

责任专题 “1+1，书送爱” —— 2014年怡宝百所图书馆计划

选定受捐学校是一个非常重要的工作，为了找到更有需要的学校，项目组常常要坐几个小时甚至十几个小时的汽车去实地考察，与学校负责人面对面沟通，了解具体的情况及需求，希望捐赠的图书馆符合学校的实际使用需要。

百所图书馆计划除了对“分享”和“责任”理念的坚守，还秉承与时俱进、勇于创新的精神，更有一群踏实认真的怡宝人在践行着这份责任。

社会爱心人士关爱行动

中国从来不缺乏爱心力量。的确，中国的许多公益项目之所以能够持续和取得丰硕成果，都是社会爱心力量聚集的结果。怡宝百所图书馆计划从开始的那天起，就在号召这样的一群爱心力量，他们认同华润怡宝品牌及公益理念，关心中国教育尤其是乡村教育的发展，关注乡村儿童的身心健康。

每一年的怡宝百所图书馆计划走进各城市社区，都受到了广大爱心人士极大的关注，他们不仅主动参与现场捐书活动，更是积极帮忙宣传，带动更多的爱心力量加入进来。无论是老人还是学生，无论是手提还是肩扛，他们都把一本本课外书籍送到募书现场，叮嘱工作人员一定要送到“怡宝图书馆”，让那里的孩子们有书读，读好书。

2014年超过65万名爱心人士亲临募书现场，募集近64万册图书。有360名爱心人士代表走进怡宝捐赠图书馆的乡村学校，了解那里孩子们的学习及阅读情况。

2014年超过

65万

名爱心人士亲临募书现场，
募集近

64万

册图书

第二章： 责任专题 “1+1，书送爱” —— 2014年怡宝百所图书馆计划

受赠学校的分享行动

8年来华润怡宝捐建了132所图书馆，在这些接受捐赠的学校里，怡宝图书馆在学校老师的管理和组织下，积极开展日常阅读活动。除图书馆每周定时向师生开放外，不少学校设立了读书日，建立班级图书角，开展读书比赛、演讲比赛等活动，丰富学生的课外阅读内容，提升孩子们的阅读能力。



三港小学学生在新建图书馆里阅读



人民广场大批爱心人士排队捐书



上海汇成四村爱心人士捐赠的书籍堆成了小山



如皋石庄小学学生在新建图书馆里寻找自己喜爱的图书

第二章：
责任专题 “1+1，书送爱” — 2014年怡宝百所图书馆计划

“一瓶水”换来132所图书馆

南都记者／许晓蕾 古晓彤

你捐一本书，我送一瓶水，华润怡宝用“一瓶水”换来了132所图书馆。日前，记者了解到，该企业在全国开展“百所图书馆计划”，采用“你捐一本书，我送一瓶水”的创新手法，携手南方都市报社的“公益一平方”项目，鼓励市民与企业一起，为贫困地区的孩子们捐赠课外书籍，共建图书馆。截至今年10月，已经在广东、广西、江西、四川、湖南、江苏、河北、山东、辽宁等18个省市累计建设了132所图书馆。

一瓶水换一本闲置书

百所图书馆计划，迄今已走过7个年头。2007年，怡宝发起“您捐一本闲置书，我送一瓶水”的公益活动，并出资出力启动“百所图书馆计划”，许下心愿要建立100所图书馆。这一温暖贫困山区学生和消费者的公益活动，获得了社会认同。

江西省瑞昌市码头镇流庄中学是其中一所受惠学校。11月10日，由企业捐建的小型图书馆在流庄中学揭牌投入使用。走进60平方米的图书馆阅览室，桌椅齐全、书架上陈列着经典文学、自然科学、历史地理、艺术等近万册书籍。

看着崭新的图书、焕然一新的图书馆，该校建馆负责人郭在连表示，“以水换书”这一公益项目填补了贫困地区缺乏图书馆的空白，有利于扩展师生知识面和视野，“旧图书馆只能给班级集体借阅，建成新馆后，学生可以通过借阅卡自行借书回家，就能读到更多好书了。”



善用企业资源，造福乡村儿童

今年7月，企业方又确定辽宁省铁岭市昌图县下二台中学为2014年第一所、全国第106所“华润怡宝百所图书馆计划”项目学校，学校于8月份开始对原有校图书室重新建设，经过2个多月的施工，宽敞明亮的图书馆落成，新图书馆在11月正式对师生开放。

“下二台中学图书资源匮乏，原来的图书馆难以满足全校400名师生的阅读量，新馆扩建至200多平方米，一改过去‘小、破、旧’的面貌，藏书增至3万册。”该校校长祝兴权表示，为了提高师生的阅读兴趣，图书馆全天候开放，学校还规定师生每个月至少借阅一本书，并且上交读书心得。

企业相关负责人称，在经济高速增长的今天，中国目前仍然有1.28亿贫困人口，改善广大贫困地区孩子阅读环境的事业仍然任重道远。他们还会继续将项目开展下去，建设更多的图书馆，尽力让更多的山区孩子能有书读、读更多的书。

第二章：

责任专题 “1+1，书送爱” —— 2014年怡宝百所图书馆计划

邀网友为“百图”列书单

跨界合作、资源互补的理念也被带入到上述公益项目实施过程中。2014年，“百所图书馆计划”扩容，它致力于打造更开放的公益平台，并积极与广大市民开展互动。项目组联手腾讯文学、南方都市报等媒体，邀请全民为“百图”列书单，激发市民阅读的积极性和公益心。

腾讯文学相关负责人表示，他们有着中国最广阔的原创文学资源，拥有签约作家近万名，日均浏览量远超其他同类平台。通过其强有力的渠道和用户群，发动全社会一起为孩子们选取优秀读物，帮助孩子健康成长。

据悉，百所图书馆计划在网络上引发热烈讨论和广泛关注，万余名网友参与了公益书单推荐活动，更有刘震云等文学大师亲自为孩子们推荐读物，整理出“百图书单”，还掀起了公益捐书热潮，共募集图书64万余册。

- 文章摘自《南方都市报》2014年12月3日报道

《忆江南·说华润》

华润怡宝为铁岭市二台子中学捐建怡宝图书馆后，校长十分感动，并作诗一首感谢华润怡宝的支持，诗文如右：

说华润，
涌动万千言。
细雨轻歌淋大地，
甘露曼舞润山川。
大爱广流传。

与传统公益相比，华润怡宝打破了企业、社会名流和慈善机构为主体，普通人围观的模式，以简单的“一瓶怡宝水换一本闲置书”公益形式，将广大社会群体纳入进来，成为主体，成为公益直接参与者，实现城市资源与贫困地区间无缝对接。通过不断创新的方法，联动更多力量，努力为孩子们提供一个良好的阅读环境。责任传递价值，知识承载梦想，华润怡宝“信任、分享”的理念会支持百所图书馆计划一路向前。

责任

引领未来



第三章：责任引领未来

（一）依法治企、诚信经营

依法治企、诚信经营是引领华润怡宝蓬勃发展的一面旗帜。扎实推进依法治企是华润怡宝适应经济发展新常态的必然要求，也是全面深化改革的重要举措。华润怡宝依法治企，与公司内部制度建设相结合，建立华润饮料招标委员会，制定并颁布《华润饮料招标采购管理制度（试行）》，完善OA系统可视化和“三重一大”细则，不断提升企业规范运行水平；与公司自身的生产经营相结合，搭建内部控制评价架构，切实维护公司的正当权益；与公司人才素质建设相结合，提升整体队伍的执行力水平；与企业文化建设相结合，营造法制企业氛围；与维护职工利益相结合，提高企业全体人员学法、守法、用法的积极性。华润怡宝不断提高依法治企的能力，确保公司始终在健康、可持续的发展轨道上运行，在现代企业制度的框架下，持续提高企业依法决策、依法经营、依法维权的能力。

诚实守信是中国自古以来的修身治国之本，诚信经营是企业赖以生存的土壤，华润怡宝不仅自己始终秉承“恪守诚信，力求双赢发展，尊重专业，培养消费忠诚”的经营准则，“以食品安全为基础，以顾客满意为目标，追求卓越管理，创造完美品质，奉献至诚服务”的质量方针，还号召合作伙伴与我们一起坚决贯彻诚信经营，确保在提供符合客户要求的产品同时，履行企业的社会责任。



第三章：责任引领未来

(二)责任文化

1. 责任使命、远景与理念

社会责任理念是指导华润怡宝责任实践的行动指南。华润怡宝社会责任文化与华润文化一脉相承，遵循《华润集团社会责任工作管理办法》，将华润怡宝社会责任工作与企业战略发展、企业文化建设相融合。

2. 责任规划

责任组织体系

2014年，华润怡宝对社会责任组织体系的领导决策机构、各职能部门、各区域、直属大区的职责进行深度



梳理，构建华润怡宝社会责任矩阵式管理组织体系，积极推动落实社会责任。

宣传与培训

专业培训

在社会责任报告编撰工作启动之时，华润怡宝便召开社会责任报告核心团队培训和研读会，公司事务部对社会责任报告编制小组进行内部培训，编制小组对《中国企业社会责任报告编写指南》进行仔细研读。

开展宣讲活动

利用优秀员工访港、新员工训练营、内部宣讲会等场合，将社会责任理念融入日常培训中，使广大基层员工进一步感知、认同华润及怡宝的社会责任理念，推动社会责任工作落地。

第三章：责任引领未来

（三）组织与制度

1. 领导机构

2013年，华润怡宝建立“华润饮料与社会责任指导委员会”，成员名单如下：

主任：刘洪基

执行副主任：王成伟

成员：唐利清、侯绪华、梁军、张伟通、高立、李凯、庾雷、张广华、吴祖明、董泽正、向君

2014年，因岗位人员调整，增补刘明芳、杨楠为委员会成员。

2. 责任组织体系

华润怡宝对社会责任组织体系的领导决策机构、各职能部门、各区域、直属大区的职责进行梳理，构建华润怡宝社会责任矩阵式管理组织体系，推动落实社会责任。

华润怡宝社会责任矩阵式管理组织体系



第三章：责任引领未来

3. 制度体系

依据国务院国资委《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》、《华润集团企业公民建设指引》和《华润集团“十二五”企业文化建设发展纲要》，结合实际华润集团制定了社会责任工作管理办法，华润怡宝坚决遵循此办法，华润怡宝社会责任工作遵循以下原则：



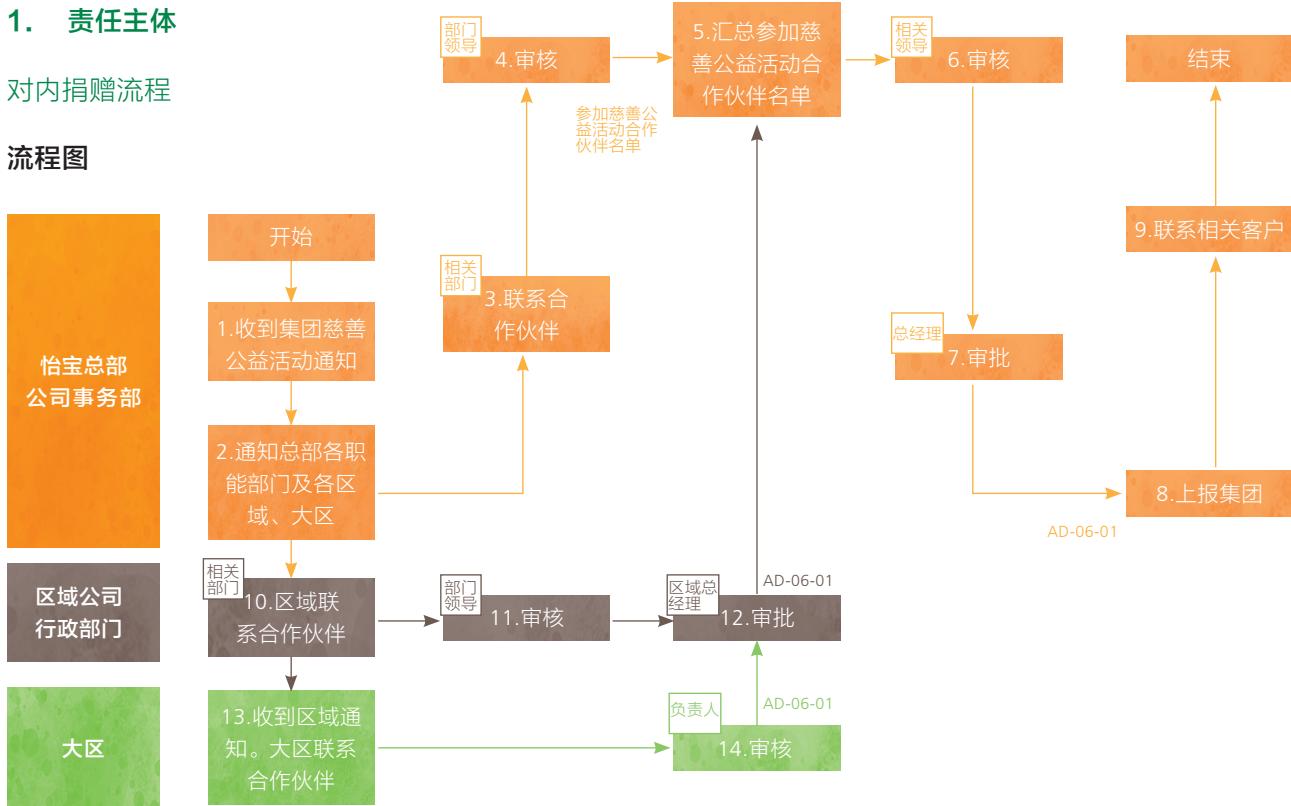
| 战略导向原则 | 文化融合原则 | 和谐发展原则 | 协同有效原则 |
|--|--|--|---|
| 华润怡宝社会责任管理遵循社会责任中长期规划，在该规划指导下开展工作。华润怡宝社会责任中长期规划与华润发展战略保持一致，依据社会责任中长期规划，聚焦年度责任管理主题，长期推动，持续开展，不断完善，成为打造华润怡宝软实力的重要平台。 | 华润怡宝社会责任指导思想遵循公司文化理念，不断完善责任议题中的社会责任理念。 | 华润怡宝社会责任工作密切关注利益相关方的诉求，及时回应，努力改进，为华润怡宝营造有利的营商环境。 | 华润怡宝社会责任工作要形成纵向指导、横向协同的网络化、矩阵式组织保障和管理体系。将社会责任工作贯穿于企业战略、组织、文化之中，与日常经营、制度流程、行为规范相结合，成为打造华润怡宝软实力的有效工具。 |

第三章：责任引领未来

(四)工作机制

1. 责任主体

对内捐赠流程
流程图



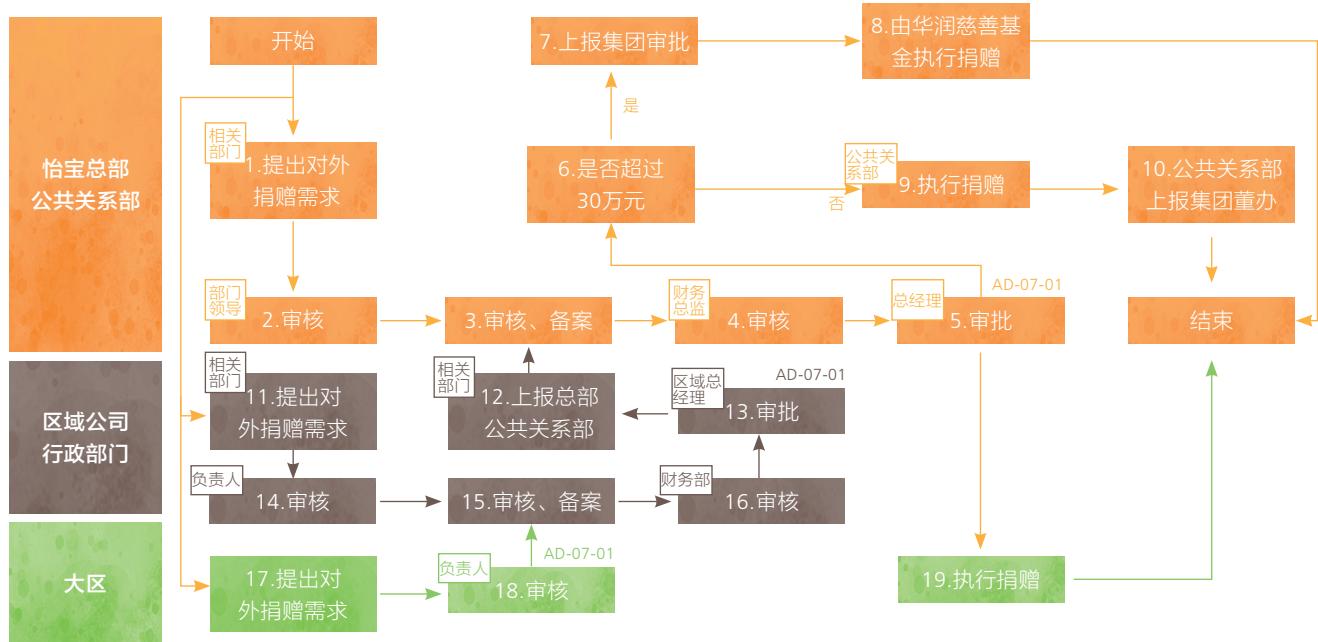
流程说明

| 流程内容 | 详细说明 |
|--------|--|
| 适用范围 | 适用于华润怡宝关于集团慈善公益活动的管理 |
| 流程目标 | 统筹协调华润怡宝关于集团慈善的公益活动 |
| 责任部门 | 怡宝总部 - 公司事务部 区域公司 - 行政部门 大区／工厂 - 行政岗 |
| 主要风险点 | 企业责任与持续性发展风险 |
| 重点活动说明 | 4. 审核：各部门总经理、分管副总／总监审核参加慈善公益活动合作伙伴名单； 5. 审核：公司事务部总经理／分管副总审核汇总后的参加慈善公益活动合作伙伴名单； 7/12/14. 审批(AD-06-01)：总经理／区域总经理／大区负责人审核各层级参加慈善公益活动合作伙伴名单，确保名单符合华润怡宝相关要求； 6. 汇总参加慈善公益活动合作伙伴名单：怡宝总部公司事务部汇总怡宝总部各职能部门级区域上报的参加慈善公益活动合作伙伴名单。 |

第三章：责任引领未来

对外捐赠流程

流程图



流程说明

| 流程内容 | 详细说明 |
|--------|--|
| 适用范围 | 适用于华润怡宝对外捐赠管理 |
| 流程目标 | 统筹协调华润怡宝对外捐赠工作 |
| 责任部门 | 怡宝总部 - 公共关系部 区域公司 - 行政部门 大区／工厂 - 行政岗 |
| 主要风险点 | 企业责任与持续性发展风险 |
| 重点活动说明 | 2.审核：公共关系部总经理／区域总经理审核对外捐赠需求的真实性和合理性； 3.审核、备案：公共关系部总经理审核对外捐赠需求的真实性和合理性，公司事务部进行备案； 5/13/18.审批(AD-07-01)：总经理／区域总经理／销售大区负责人审批对外捐赠需求的真实性和合理性。 |

第三章：责任引领未来

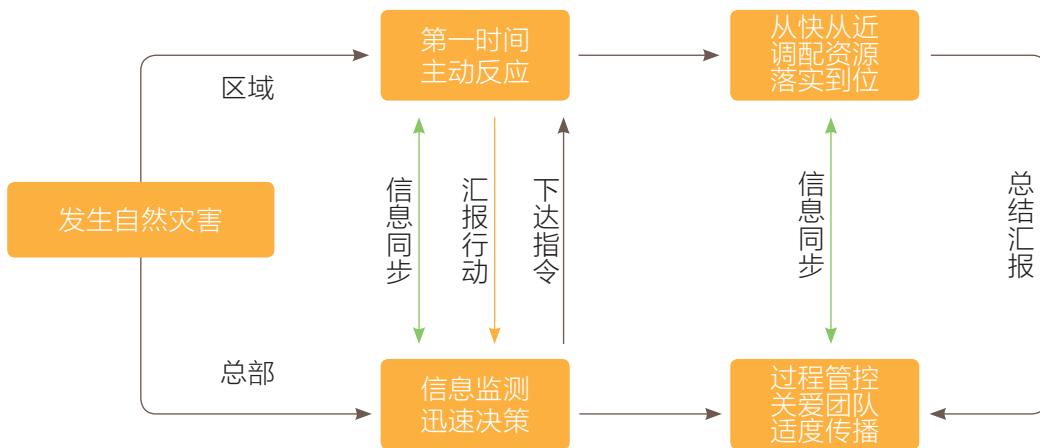
2. 责任的工作机制

华润怡宝救灾公益快速响应机制

华润怡宝建立了持续的社会责任工作机制，保证华润怡宝履行社会责任的工作效率。其中救灾公益快速响应机制是从2008年“5•12汶川地震”开始形成并完善的一套总部与区域全系统协同、快速响应的救灾公益机制。在历次重大自然灾害中，包括2013年“4•20雅安地震”，东北、潮汕地区洪涝灾害等都发挥了重要作用，确保第一时间将安全、纯净的饮用水送到灾区人民手中，解燃眉之急。

华润怡宝救灾公益快速响应机制是指当发生自然灾害时，所在区域第一时间主动做出反应，协调当地业务团队和经销商资源快速调配救灾物质进行救援，确保救灾速度和黄金救灾时间内的有效援助。同时，总部根据灾情情况迅速决策并推动后续行动的一整套全系统协同的运营机制。

1) 华润怡宝救灾公益快速响应机制运营基本流程图



第三章：责任引领未来

2) 华润怡宝救灾公益快速响应机制特点

- 协同性：

在救灾行动中给予了区域行动的充分自主权，调动区域的主动性并形成习惯。同时总部与区域实现信息充分同步，保障总部决策与区域行动的高度协同。

- 高效性

区域“从近从快”整合调动资源，业务团队和经销商团队协同，确保反应速度。公共关系部“7天×24小时”的全天候监测体系，保障第一时间了解灾情信息，从而快速决策。

华润怡宝百所图书馆项目管理机制

为保证“百所图书馆计划”项目顺利开展，使得在各个层面及执行环节都能够按照公司要求进行，华润怡宝制定了项目执行指导手册，规范各环节操作要求和流程。

1) 受捐学校选择及建馆标准及流程

- 受捐学校选择及流程：

在受捐学校选择上，我们尽量从国家贫困县中选择，这些地区中小学校更需要公益支持。我们通过联系当地教育主管部门，由教育主管部门向我们推荐一定数量学校后，进行实地走访考察。然后在受捐学校条件与选择标准相符后才上报公司申请捐建。

- 建馆标准及流程：

在确定了捐赠学校之后，我们会根据学校的实际情况来确定建馆标准，充分考虑学校的师生人数、现有设备设施等情况，因地制宜地开展捐建工作。从书架的数量、高度到电脑的软硬件配置，甚至图书馆的墙面粉刷装饰都充分考虑，以期能够让师生有一个良好的阅读环境和氛围。

2) 图书募集标准及操作流程

向社会爱心人士募集图书是项目的关键工作之一。为了募集到更适合中小学师生阅读的书籍及教辅工具书，我们制定了募集书籍标准，只接收符合要求的书籍，以避免资源浪费和保证书籍质量。因此在前期活动宣传上就明确告知募捐书籍的要求，在募集现场设专人接收，严格筛选书籍类别。通过规范的执行有效保证了募集书籍的数量和质量。

第三章：责任引领未来

（五）以编促管

1. 全生命周期管理的社会责任报告编制工作机制

华润怡宝在社会责任报告编写和使用的全过程中对报告进行全方位的价值管理，充分发挥报告在利益相关方的沟通、公司社会责任绩效监控的作用，将报告作为提升公司社会责任管理水平的有效工具。

组织

2014年，华润怡宝建立较为科学有效的社会责任报告工作组。公司高管领导参与其中，更好地将公司发展战略融合至社会责任报告中，保障了社会责任报告编写计划的顺利执行。由华润怡宝公司事务部组建的社会责任报告核心编制小组，保证工作的连续性，并通过定期会议的形式保持紧密联系。华润怡宝除公司事务部以外的13个职能部门组成了协作团队，为核心团队提供编写素材和建议。

在报告编写的前期、中期、后期，各部分分工和职责如图所示：



第三章：责任引领未来

- ▶ **参与** 华润怡宝在编写社会责任报告的过程中积极邀请内外部利益相关方参与，高度重视利益相关方的参与和沟通，将利益相关方关注的议题和期望作为社会责任报告的重要内容。

2014年，华润怡宝与客户进行深入沟通，通过“水中的童话”、“百所图书馆”的形式与媒体合作，邀请社会爱心人士代表共同推行公益，在行动的过程中了解客户需求及大众对华润怡宝的期望；深入了解员工想法，制作和发放《员工沟通宣传手册》，不定期将公司动态等信息与员工分享，覆盖全员，确保员工可以通过多渠道、多方式表达各种建议和诉求；以行业协会为信息交流平台，通过邮件及会议形式，积极配合行业协会报送本企业相关信息，共享行业发展情况。
- ▶ **界定** 华润怡宝通过内部评估、外部单位评价的方式，导出公司目前社会责任工作水平和2014年社会责任核心议题。根据集团建议，结合自身行业特色，华润怡宝重点关注产品质量安全体系建设、消费者投诉争议处理、节能减排、水资源保护、基层员工权益保护等议题。
- ▶ **启动** 在社会责任报告编撰工作启动之时，华润怡宝便召开社会责任报告核心团队培训和研读会，公司事务部对社会责任报告编制小组进行内部培训，编制小组对《中国企业社会责任报告编写指南》进行仔细研读，并对报告编写任务进行分工，明确报告参与人员的工作要求和完成时间。
- ▶ **撰写** 社会责任报告编制小组收集整理各区域、大区及总部各部门社会责任相关资料、对高层管理者进行访谈、对企业存量资料进行案头分析，确保编制报告的完整性、客观性、专业性。
- ▶ **发布** 随着技术发展和公众阅读习惯的改变，华润怡宝社会责任报告的形式日趋多样，在确定了目标读者后，华润怡宝将报告的电子版上传至公司官网及OA内网首页上，以供所有员工阅读与学习。
- ▶ **反馈** 社会责任报告发布后，华润怡宝对本次报告编写过程进行总结与分析，并向各区域、大区及总部各部门下发，华润集团也将对各公司社会责任报告进行评分。

第三章：责任引领未来

2. 责任沟通

华润怡宝通过构建全方位、多层次的沟通渠道，建立互信机制，了解诉求，加强沟通，转化为行动，指导企业社会责任工作。

| 沟通类型 | 沟通形式及内容 | 2014年重要举措 |
|---------|---|---|
| 与股东沟通 | 总结报告、信息报送、公司网站、专题汇报 | 2014年，召开两次董事会。 公司网站及时发布行业信息。 |
| 与政府沟通 | 建立政府间互动机制，推进华润怡宝业务发展，促进地方经济建设 | 怡宝总部全年接待来访的省级、地方政府及兄弟企业代表团9个。 荣获“2013年南山区纳税百强企业”称号。 |
| 与传媒沟通 | 通过与重要媒体和门户网站加强沟通交流，加强舆情监测，及时回应各界对华润怡宝的期望，传递正能量，树立良好形象 | 2014年，华润怡宝获各类荣誉奖项14个，涉及经营业绩、品牌形象、诚信经营、环境保护、社会公益等。 华润怡宝获中国饮料协会颁发的“2014中国饮料行业实践社会责任优秀企业”荣誉称号。 |
| | | 2014年，华润怡宝与新华社开展“水中的童话”公益项目合作。 |
| 与社会公众沟通 | 发挥华润网站“社会责任”专栏作用，编制发布社会责任报告华润怡宝分报告 | 公布2013年华润集团社会责任报告——华润怡宝分报告电子版。 及时公布企业相关社会责任信息，让供应商、客户、消费者、员工、媒体等了解企业的社会责任工作开展情况。 |
| 与合作伙伴沟通 | 修订SPM体系 重合同、守信誉 平等合作、互利双赢 长期稳定的合作关系 | 通过修订SPM体系，明确了SPM质量安全管理体系文件三级架构。以质量职能系统为主导，系统辐射延展至质量相关职能部门，明确各级相关职责，规范相关工作流程，以期更好地指导全过程质量管理工作。 |
| | | 通过签订廉洁协议，全范围落实“阳光采购”，规范供应商管理，推行供应商考核制度，将环保、健康、安全的社会责任理念意识传递给合作伙伴。 |
| 与行业协会沟通 | 积极与行业协会交流 支持行业协会举办饮用水、饮料行业的研讨等活动项目 | 华润怡宝以行业协会为信息交流平台，通过邮件及会议形式，积极配合行业协会报送本企业相关信息，并共享行业发展情况。 |
| | | 华润怡宝积极参与行业协会举办的学术活动、公益项目，促进相关专业领域的学术交流，履行行业社会责任，2014年共参加行业研讨会议及社会公益项目11场，并协助中国饮料工业协会编写《中国饮料行业可持续发展报告》，获得“2014中国饮料行业实践社会责任优秀企业”。 |

第三章：责任引领未来

3. 责任评优

2014年，华润怡宝积极履行社会责任，践行可持续发展。2014年4 – 7月，中国饮料工业协会开展了“2014中国饮料行业实践社会责任优秀企业”考评活动，经过由来自国资委、工信部、民政部、中轻联、中经联及相关媒体的人士组成的专家组的评审，华润怡宝获得了“2014中国饮料行业实践社会责任优秀企业”的荣誉。专家组认为，自2010 – 2014年以来，华润怡宝自觉践行企业的社会责任，成绩突出，在饮料行业内具有良好的示范和表率作用。

除了华润怡宝总部喜获殊荣，华润怡宝两家工厂也分别荣获节水节能优秀企业和节水优秀生产基地。作为在全行业已连续八年开展节水优秀企业考核评价、连续五年开展节能优秀企业考核评价工作的中国饮料工业协会，对报送材料参加考核评价活动的131家饮料生产企业进行技术审查与数据核算，最终，“上海麒麟食品有限公司”荣获“2014中国饮料行业节水优秀企业、节能优秀企业”，“华润食品饮料（深圳）有限公司”荣获“2014中国饮料行业节水优秀生产基地”。



股东权益

维护



第四章：维护股东权益

(一) 为股东创造价值

1. 资产成长性主要举措

市场扩张

华润怡宝十二五战略三大目标之一——从区域走向全国基本完成。主力产品怡宝包装水全国销量份额达到13.8%，成为行业第三。广东、湖南份额超过44%，根据地市场领跑者地位进一步巩固；四川达到29.4%，成为当地第一；广西份额20.6%，接近当地第一；江苏、湖北、重庆、安徽、江西等新市场高速增长，份额均超10%。

主力产品怡宝包装水全国销量份额达到

13.8%

2. 资产收益性主要举措

精益协同

在集团大力推动精益管理、公司积极配合的背景之下，促使公司上下形成在日常工作中主动发现、完成微小改善的工作氛围，结合标准化工具的推广复制、精益培训的全员覆盖等举措，精益理念在工厂、销售大区得到有效传播。通过推动精益重点项目如标杆工厂建设、全员参与微小改善，有效降低生产制造成本，并有利于公司整体组织效率提升。

3. 资产安全性主要举措

内控体系建设

2014年，华润怡宝逐步搭建内部控制评价架构，启动开展2014年内控评价工作，华润怡宝内部控制体系正逐步搭建及不断完善中。

按照集团要求，华润怡宝完成了集团内控基础数据梳理并提交，推动内控体系建设与信息化建设的对接融合。公司各部门开展了内控手册自查、更新，各部门对照实际业务操作、流程及业务规划检查，确保内控手册与实际操作一致，完成内控手册怡宝分册的更新修订。编制了《华润怡宝风险管理手册 - 怡宝分册》、《招标采购风险管理手册 - 怡宝分册》，完善及规范了公司风险管理。

第四章：维护股东权益

在此基础上，华润怡宝制定了一系列的制度推动内控体系建设。华润怡宝制定了《华润饮料招标采购管理制度(试行)》，成立了招标委员会等，加强了招标采购的管控；制定了《晋升管理规定》、《华润怡宝总部职能绩效管理办法》等人力资源管理制度流程，规范了人力资源管理，增强了人力资源管控能力；制定了《华润怡宝知识产权管理制度》、《华润怡宝节能减排管理规定》、《预算管理制度》等EHS、知识产权、财务管理等方面的制度流程，优化了公司的管理，有效地控制了运营风险。

财务管理

1)全面预算管理

2014年，华润怡宝依据华润集团相关管理制度，结合公司预算管理实践，编制并发布了《预算管理制度》，通过制度的建立和宣导，加强了全面预算管理，规范了预算的编制、执行、跟踪、控制和考核，完善了内部控制。各项工作开展情况如下：

• 预算的编制

公司按照“上下结合、分级编制、逐级汇总、综合平衡”的预算编制原则，由财务部牵头，明确跨部门、跨层级的预算工作组、清晰各部门职责、以下发预算编制指引的方式，使得预算口径和假设更统一，工作沟通和流程更顺畅，确保预算编制工作得以顺利开展。

• 预算的执行、跟踪与控制

在预算的管理过程中，财务部一方面通过与各业务部门充分沟通，建立不同预算项目过程管控的原则，并将预算指标落实至各部门，分解到月度进行跟踪与管理；另一方面，财务部通过向管理层、业务部门输送分析报告、滚动预测及非财培训，引导投入产出意识、根据市场变化和战略变化调整资源配置，让资源的投入更具备效益性、更贴合业务发展需要，助力公司业务发展和全年目标的达成。

• 预算的考核

对于预算的目标和执行结果，公司总部、各区域根据管理组织结构层次，以业绩合同的方式，对预算的执行情况进行了分级落实和考核。

第四章：维护股东权益

全面风险管理

• 内外部环境因素变化研判

1) 外部环境因素变化研判

市场竞争不断白热化，根据地市场有可能被颠覆，而发展中市场可能无法达到预期目标。信息传播迅速，人们消费意识不断增强，竞争对手的恶意宣传、诋毁、炒作等不正当竞争手段，将对公司品牌形象造成影响。

近年政府对生产企业“环境、健康、安全”管理的监管力度不断增强，集团也与公司签订了EHS管理目标，如果EHS管理不到位，出现人员伤亡、工厂排污不达标，将会被政府相关管理部门处罚，给公司的正常运营带来风险。

作为一个食品饮料企业，随着人们对食品质量和安全的关注度日益增强，食品质量和安全对企业的经营发展的影响也显得越来越重要。

2) 内部环境因素变化研判

随着公司业务不断壮大，市场的壮大及产能的扩大，对公司供应商的要求也不断提高，加强对供应商的管理对公司采购成本、质量、产能等都极为重要，如果对供应商缺乏合理、有效地管理，将对产品的质量、产能的稳定性带来风险，影响公司的运营。

根据公司战略规划，未来几年将开展较多的工厂建设项目，为公司的爆发式增长提供产能保障。工程建设项目建设经验不足、流程不完善、分工不明确、缺乏有效的协调，都会导致工程项目无法按期投产的风险。同时根据华创2014年的审计项目也发现，公司在工程建设方面的经验不足，业务能力有待提升，这些也可能对新建工厂带来一些质量、安全等风险。

在自建工厂短期内无法有效满足产能供给的情况下，OEM工厂对产能的保障作用就显得非常重要。OEM工厂的生产运营、质量管理等对公司战略的实现有着重要的影响。

企业的发展需要人才支撑，人才也是企业的核心竞争力，公司在快速增长的过程中，需要特别关注人才的发展，只有有了足够能力的人才作支撑，企业可持续的快速增长才可以实现。

第四章：维护股东权益

- 2014年度重大风险事项分析

1) 重大风险事项列示及成因分析

| 重大风险事项 | 成因 |
|---------|---|
| 食品安全风险 | 质量管理体系不完善或者由于员工质量管理意识薄弱、能力欠缺，未严格执行质量管理体系标准。 |
| EHS管理风险 | EHS管理体系不完善或未严格执行。 |
| 公共关系风险 | 竞争对手的恶意宣传、诋毁、炒作或者舆情监控不到位。 |
| 竞争风险 | 市场竞争环境变化，未及时采取有效的应对措施。 |

2) 风险变动情况及原因

| 2015年重大风险 | 2014年重大风险 | 是否变化及变化原因 |
|-----------|-----------|--|
| 食品安全风险 | 食品安全风险 | 否 |
| | 投融资风险 | 是，已制定以市场为导向的供应链中长期投资规划；财务部已根据公司投资计划做好融资规划。 |
| 公关风险 | 公关风险 | 否 |
| 竞争风险 | 区域发展管控风险 | 否 |
| EHS管理风险 | EHS管理风险 | 否 |

3) 风险管理策略、解决方案及监督保障机制

- 风险管理策略：

| 序号 | 风险内容 | 风险偏好 | 风险管理策略 | 组织体系 |
|----|---------|------|--------|---------------|
| 1 | 食品安全风险 | 风险回避 | 控制风险 | 质量环境安全部、区域质量部 |
| 2 | EHS管理风险 | 风险回避 | 控制风险 | 工厂管理部、区域工厂管理部 |
| 3 | 公关风险 | 风险回避 | 控制风险 | 公共关系部 |
| 4 | 竞争风险 | 风险回避 | 控制风险 | 战略部、各区域 |

第四章：维护股东权益

• 风险解决方案：

| 风险排序 | 重大风险分类 | 风险描述 | 评估方法及评判标准 | 解决方案 |
|------|---------------------|---|----------------|--|
| 1 | 食品质量与安全风险 | 1、 蚊虫、包装物遗留、生产设备带来的异物的风险 2、 包装物带来的、设备清洗不及时带来的、水源污染引起的、贮存引起的异味的风险 3、 资质不合法、违法使用、保管不严格、非预期使用等导致的食品添加剂、加工助剂、化学药品风险 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 建立和维护公司质量管理体系，并组织培训(事前) 2、 组织实施工厂质量考核与评估，监督质量管理体系的有效执行(事中) 3、 按照整改计划表跟进、监控工厂审核不合格的整改情况(事后) |
| 2 | EHS管理风险 | 1、 安全生产管理不到位，出现人员伤亡、财产损失 2、 工厂排污不达标，面临被政府部门处罚 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 推动区域、工厂完善组织管理，建立应急机制并有效执行，加强EHS管理培训(事前) 2、 严格执行监督检查制度，按照年度检查计划检查安全、环保合规性情况，并按华润集团EHS要求，每月报告EHS数据(事中) 3、 加强EHS目标管理和考核评价工作，落实责任追究(事后) |
| 3 | 工程建设风险 | 因工程进度控制不当(进度控制计划编制不合理、工程建设缺乏有效协调、未掌握项目动态并纠正进度偏差等)，影响项目实施或造成工期延误 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 选择合适的工程项目管理模式，完善工程管理相关制度，明确标准(事前) 2、 加强制度培训，强化制度的执行意识，推动制度落地 3、 完善项目的后评价制度，加强项目的后评价管理，追查项目的管理责任(事后) |
| 4 | 采购风险 (OEM工厂风险) | 公司OEM工厂合作方运营的不确定性，给公司产能及产品质量带来的风险 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 完善OEM开发标准和评审规范，寻找和培养更多运营稳定、具备规模能力的OEM合作方(事前) 2、 派驻驻厂人员按照公司自有工厂的管理规范要求，对OEM工厂生产过程和产品质量的管理和监督，每月将OEM工厂的管理情况逐级上报 3、 按照年度审核计划，对OEM工厂进行运营审核，根据OEM工厂的规模、硬件设施、产品质量管控水平、日常运营情况，进行分级管理，及时淘汰不合格的OEM工厂(事后) |
| 5 | 采购风险(供应商管理风险) | 对供应商缺乏有效管理，可能导致产品质量、采购成本无法得到有效保障 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 建立合格供应商入库标准，并积极实施供应商开发工作，扩充合格供应商库(事前) 2、 完善招标采购制度，按合理程序选择供应商(事中) 3、 建立并执行供应商评价制度，定期对供应商进行考核评价，进行分级管理，及时淘汰不合格供应商(事后) |
| 6 | 公关风险 | 公共关系缺乏有效管理，公司品牌形象受损，公司产品销量可能下滑 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 完善危机管理制度，加强全网络舆情监测、舆情分析和预警(事前) 2、 组织危机公关，对危机事件处理进行统筹安排和应对(事中) 3、 加强企业形象管理，策划公关事件，对外宣传企业形象，维护媒体资源(事后) |
| 7 | 人力资源风险 | 缺乏与业务快速发展相匹配的人才，专业能力不够导致业务风险 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 运用系统的工具／方法快速识别、选拔、培养一线管理干部，保持持续供给(事前) 2、 以营销职能为试点，优化三级管控，完善组织管理基础，提升组织效率(事中) 3、 划分市场类别，分别设计针对性的考核激励方案，建立年中目标检视机制，制定特殊情况考核预案，持续优化绩效考核与多元激励机制，助力业务发展(事后) |
| 8 | 竞争风险 | 根据地市场被颠覆、发展中的市场未达到预期，从而对公司整体业绩产生重大影响 | 发生的可能性和影响的重大程度 | 1、 针对市场情况，选择适应当地市场的产品品类及品项(事前) 2、 利用现有系统OA、ERP、BI等系统和制度优化和创新，提升组织效率和反应能力(事前) 3、 根据竞争态势及公司战略，精准投放营销资源(事中) 4、 明确客户分类标准，加强客户分级管理(事后) |

第四章：维护股东权益

- 监督保障机制：

风险管理项目组定期跟进各风险责任部门风险防范措施的运行情况；在风险管理试点部门，参与、推动试点部门的风险管理工作，对相关风险防范措施的运行情况进行不定期实地检查；将风险管理的工作开展与各部门的工作计划和工作内容紧密结合起来，让各部门能够更加深刻理解和接受风险管理。

(二)完善公司治理

1. 建立完善“三重一大”实施细则

从2008年起，华润怡宝结合自身业务实际，不断完善“三重一大”实施细则，2014年，华润怡宝基于公司合规经营，逐步优化OA流程，让公司决策可视化。

| 序号 | 制度 | 发布号 | 颁布时间 |
|----|---|-----------------|------------|
| 1 | 《紧急重大事项报告制度》 | 怡(司)字[2008]2号 | 2008/2/29 |
| 2 | 《华润怡宝饮料经济合同管理办法》 | 华饮(司)字[2012]4号 | 2012/6/1 |
| 3 | 《员工晋升与调配管理规定》 | 怡(司)字[2007]7号 | 2007/12/26 |
| 4 | 《华润饮料(控股)有限公司自建工程项目财务管理办法》 | 华饮(司)字[2013]2号 | 2013/1/15 |
| 5 | 《建设工程项目招标承包商入围筛选程序》、《资本性支出项目申报的管理规定》、《资本性支出项目招投标管理程序》 | 华饮(司)字[2011]2号 | 2011/1/20 |
| 6 | 《新建工厂选址标准》 | 华饮(司)字[2012]5号 | 2012/6/7 |
| 7 | 《新建工厂产品方案确定标准》 | 华饮(司)字[2012]6号 | 2012/6/7 |
| 8 | 《新建工厂运营方案标准》、《新建工厂产能方案标准》、《新建工厂技术方案标准》 | 华饮(司)字[2012]10号 | 2012/10/9 |
| 9 | 《工程项目立项标准》、《工程项目档案管理标准》、《供应商／承包商管理标准》 | 华饮(司)字[2013]4号 | 2013/1/22 |
| 10 | 《议标管理试行办法》 | 华饮(司)字[2013]27号 | 2013/11/5 |
| 11 | 《合格供应商选择规范》、《物料采购目录及权责规范》、《合格供应商考核及结果引用规范》 | 华饮(司)字[2013]12号 | 2013/5/16 |
| 12 | 《华润饮料招标采购管理制度》 | 华饮(司)字[2014]22号 | 2014/11/3 |

第四章：维护股东权益

2. 完善治理文化

文化是企业发展的动力和源泉。展望未来，怡宝文化需要适应企业发展变化的需要，及时赋予新的释义，要在继承的基础上不断丰富完善，形成开放的、充满活力的文化。在怡宝的文化中，仍需继续完善治理文化：

未来华润怡宝将持续倡导兼收并蓄、开放包容的华润文化、怡宝文化。怡宝文化海纳百川，只要认同怡宝，愿意为怡宝使命奋斗，华润怡宝就能容下不同背景，不同经历，不同性格、能力甚至不同国界、种族的人；

华润怡宝在2014年更加突出反思文化，经常思考问题和不足，进行自我批评，总结经验教训，召开业务检讨会、民主生活会；并在当前较为浮躁的环境下，华润怡宝不仅多次为员工展开培训，充实员工，净化心灵，也将这种爱学习，爱读书的理念传给山区里的贫困孩子，8年来累计捐建公益图书馆132所，捐赠了超过100万册图书；



企业的凝聚力和归属感来自于制度安排的公平性，华润怡宝建立了《晋升管理规定》、《区域职能绩效管理指引》，建立机会公平、评价方式公平、评价标准公平的用人文化。

有效的沟通可以避免决策风险，形成工作合力，推动战略落地。华润怡宝作为华润集团的一级利润中心，无论是纵向之间还是横向之间都努力保证沟通的畅顺，做到信息公开透明，沟通有效，成本降低，效率提升。

第四章：维护股东权益

(三)管理提升

1. 供应链管理

阳光采购

华润怡宝全范围落实“阳光采购”，规范供应商管理，推行供应商考核制度；通过评审考核促进供应商自身产能、管理、生产质量的提高。“阳光采购”即为华润怡宝采购活动的原点，承诺公平且公正的交易关系，实践正确采购活动，确保信息安全。

依据华润集团和华润创业有限公司的招采标制度，华润怡宝制定并严格遵循《华润饮料招标管理制度(试行)》，规范招标采购行为，确保招标采购透明度，对招标采购项目技术要求、投标单位资格审查标准、投标报价要求和评标标准等所有实质性要求、条件以及拟签订合同主要条款、中标结果公开，杜绝暗箱操作，并明确公布举报的途径和方式，同时相关不相容岗位相互分离、制约，以落实“公平、公开、公正”招标原则，有效确保公司各类项目的顺利实施及降低项目成本。

根据《合格供应商考核及结果引用规范》，华润怡宝组织对38家供应商进行年度现场审核，主要涉及瓶(胚)、瓶盖(3025盖、桶盖)、PC桶主要涉及瓶(胚)、瓶盖(3025盖、桶盖)、PC桶，并提出整改意见等。同时，采购部和质量环境安全部还对供应商的生产环境和条件进行不定期检查或抽查。2014年审核工作更为细致、严格、标准化；比较2013年，现场审核80分以上供应商增加了30%，供应商的管理有所提升，低分段供应商减少。

比较2013年，现场审核80分以上供应商增加了
30%



华润怡宝对供应商进行现场审核

第四章：维护股东权益

引导供应链合作伙伴履行社会责任

华润怡宝不仅将企业社会责任融入到自身的战略、发展的目标和企业经营方针中，同时，通过业务往来，积极带动自身供应链上的企业做好社会责任工作，通过供应商管理及沟通，引导供应商关注资源保护、安全生产、绿色采购等，将责任履行推进到各行各业，推进到合作伙伴，共同推进经济、社会和环境的协调发展。

廉洁经营

华润怡宝在设备采购及工程采购过程中，将《廉洁协议》作为采购合同的附件，100%签署，与供应商建立简单、双赢的企业合作关系，不存在任何个人利益动机。协议中约定，双方员工廉洁自律，不得在招标、议标、中标、合同签订、合同履约、合同付款、合同结算等过程谋取私利、进行商业馈赠往来，获取不应得到的合法和非法利益，或采用不正当手段竞争业务，并严厉打击不诚信行为，肃清反腐。通过与供应商签署廉洁协议，推动华润怡宝诚信的核心价值观落到实处。

精益管理

2014年，华润怡宝推进精益管理，重点开展标杆工厂建设及复制工作，积极落实跬步行动。从量化上来看，公司年化收益1529万元，目前工厂现场微小改善共3290件(全司微小改善4798件)。

从非量化收益来看，精益管理为现场、人员、流程、指标上带来改进，工厂管理逐步规范化，员工明确每个岗位设备、物料、人员、方法，由过去只操作不维护设备向自己的设备自己负责维护保养的习惯转变，工作管理上形成标准化流程：会议标准流程，问题处理标准流程，岗位操作流程输出可复制的标准手册文件。

| 工作项 | 工作思路 | 量化收益 |
|--------|--|--------|
| 标杆工厂建设 | <ul style="list-style-type: none">以江门工厂搭建精益标杆模型，分为5个基础4个支柱共70项工作目前完成第一阶段验收评审，验收结果合格 | 343万元 |
| 标杆工厂复制 | <ul style="list-style-type: none">重点复制区域优质工厂，辐射周边工厂结合各工厂现状和定位突出复制重点 | 1186万元 |

第四章：维护股东权益

大宗原材料采购

2014年，华润怡宝在采购管理制度的基础上，建立大宗商品的日常监测机制及成立招标委员会，建立合格供应商库，通过招投标方式，择机采购，降低整体采购成本。

2. 优化制度

为了适应企业的发展，优化企业管理制度体系，提升和强化管理效力，华润怡宝通过分析和洞察企业内部管理制度的薄弱处。分别颁布了两项重大制度，修订了两项重大制度。

2014年，为了加强知识产权管理和公司招标采购管理，华润怡宝分别制定颁布了《华润怡宝知识产权管理》和《华润饮料招标采购管理制度（试行）》；为了加强公司人力资源管理，华润怡宝修订了《人力资源制度》，经过半年实践，在制度整体实施良好的基础上，根据集团要求，继续贯彻落实集团下发的《华润薪酬管理政策指引》，对公司《薪酬策略》、《薪酬福利管理规定》进行补充修订。

3. 三级管控

2013年首先完成三级管控营销职能的核心业务梳理，建立“总部 - 区域 - 大区”三级架构，明确三级职能汇报关系与管控界面，与各区域公司共同完成三级岗位与人员配置，并在此基础上进一步细化三级职责分工，厘清了职能边界。2014年华润怡宝将三级管控逐步推广至财务、人力、供应链等核心职能，初步搭建了各项核心职能的三级架构与管控界面。

在此基础上，华润怡宝以营销职能为试点，试行三级管控季度考核，于2014年底召开研讨会总结试行经验，优化形成了核心职能三级管控考核机制，并融入职能绩效管理体系。通过组织保障、考核驱动促进总部职能纵向延伸落地，并持续完善。

第四章：维护股东权益

(四)协同发展

1. 华润建筑

为保证项目顺利投产，华润怡宝充分利用集团资源，进行优势互补，由华润建筑承担成都、南宁基建总承包项目，采用新的协同模式，并通过合同对以下五个方面进行管控约定：

1)成本管控：采用总价包干形式，且预含施工过程中可能发生的所有变更、签证费用。最终结算如有突破由华润建筑承担，如有盈余则共同协商分配。同时，中标价格与合同边界对标标底，华润建筑公开招采与结算信息。相关人员与机构分责评审图纸，事前进场材料由华润饮料、华润建筑及监理三方评审确认，且无条件接受业主图纸与指令。

2)质量管控：进场材料需经三方评审、共同确认，落实监理的权利和义务。设立专职旁站人员，并定期召开会议。将严格依照合同组织项目验收工作。

3)进度管控：合理筹划及评审进度方案，设置专职人员管控及跟进落实解决措施，组织保障进度落地实施。

4)安全管控：设立安全管控组织，单独签订安全协议，并有专职专人负责安全，定期进行安全检查及汇报。

5)档案管控：专职设置档案人员，定期抽检，并捆绑进度款支付。

2. 华润化工

华润怡宝秉承着“协同共赢”的理念，根据企业相互产业的特色，继续与华润化工进行深入的合作和交流。2014年，华润怡宝采购华润化工PET原料占总采购量的85%。

3. 华润雪花

华润怡宝在全国范围开发华润雪花共用经销商，全国目前共用经销商56家；同时，在东北市场进行渠道协同模式探索试点，并逐步总结试点区域经验形成可复制模式。

华润怡宝采购华润化工PET原料占总采购量的
85%

华润怡宝在全国范围开发华润雪花共用经销商，
全国目前共用经销商
56家

第四章：维护股东权益

(五)保值增值绩效

1. 经营业绩

2014年公司实现主营业务收入为78.82亿，超出预算目标0.3%，同比增长35.2%。主要得益于水业务区域、网点的扩张、市场份额的持续提升和销量的快速增长，水业务跑赢行业平均和行业中的第一梯队企业。

2. 市场地位

“怡寶”已经成为具有全国影响力
的知名品牌。

2014年怡宝包装水全国销量份额
达到13.8%，成为行业第三；覆
盖网点数128万个，数值铺货率
39%，加权铺货率62%，持续保
持高速增长。

► 华润怡宝呈现全国快速蔓延的
局面。

怡宝水在广东、湖南领先优势扩
大，四川省份额超越农夫跃居第
一，根据地省份增加至3个(广
东、湖南、四川)；除了继续夯实
华南根据地外，还带动雏形市
场发展，总数达到4个；在京津
沪三大直辖市中，北京、天津份
额过5%，上海份额达到4.2%，
启动快速增长；重点十五省销量
份额达到18.1%，超越康师傅
(17.1%)，跃居第二位。

► 借助麒麟资源，已实现向多品类
公司的转变。

2011年并购麒麟后，逐步形成
涵盖包装水、奶茶、咖啡、功能
性饮料以及红茶的多品类平台，
补强了华东地区的业务，嫁接了
日方的研发能力，主要业务团队
也逐步稳定、团队逐渐融合，奶
茶、咖啡、功能饮料借助怡宝渠
道在全国主要省市进行销售，已
实现向多品类公司转变，截止目
前，经营SKU数量达14个。

3. 行业贡献

1989年，华润怡宝在国内率先推出纯净水，是国内最早专业化生产包装饮用水的企业之一，主营“怡寶”牌系列包装饮用水，同时也是《瓶装饮用纯净水》国家标准的主要发起和起草单位之一。华润怡宝始终以优于“国标”的生产标准为消费者提供健康满意的优质产品，并通过良好的服务，赢得消费者的认同。华润怡宝多年来得到了各级政府部门的肯定与嘉奖，被认定为中国驰名商标、最具市场竞争力品牌、广东省著名商标、深圳知名品牌等。

2014年营业额78.82亿，2-4倍于行业增速(9%~16%)，增速达35%，全国份额13%，终端网点128万个，基本完成全国布局，从2009年行业排名第17位升至2014年第10位，饮用水从第5位升至第3位，成为初具行业影响力的饮料公司。

华润怡宝作为中国包装饮用水行业的知名企业，始终牢记社会责任，通过“怡宝百所图书馆计划”、“怡宝体育课堂”、“1+1中华强”、“水系邻里”、“水知道幸福”等公益活动，一个富有爱心、具有很强的社会责任感和使命感的品牌形象已悄然建立。为每一位消费者提供安全、健康的饮用水是华润怡宝义不容辞的责任。



重视基层



关爱员工



第五章：重视基层、关爱员工

（一）员工权益保护

1. 基本权益保护

2014年，华润怡宝认真遵守员工权益保护各项政策规定，认真落实平等就业，保护员工隐私，持续优化员工福利政策，开展民主科学管理，严格落实企业对员工的责任。

2014年年初完成人力资源制度汇编的发布，修订了《劳动合同管理规定》、《用工规范管理规定》等相关制度。

遵守劳动法规

华润怡宝严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，依法与员工签订劳动合同，按时缴纳社会保险、及时发放薪酬，薪酬调整向一线员工倾斜，严格执行国家有关员工带薪休假的规定，保障员工享有休息休假的权利。



2. 劳动报酬权

2014年，结合业务爆发式增长，华润怡宝梳理优化薪酬体系与制度，根据华润集团薪酬管理政策的要求，修订了《薪酬策略》与《薪酬福利管理规定》，规范薪酬福利制度。统一公司的薪资体系，由原来的点薪制统一调整成宽带薪酬制，拉开不同业绩之间薪酬差异，有利于吸引优秀人才，鼓励绩优员工。

实施年度调薪：2014年4月总部及各区域在核准的人工预算范围内进行了年度调薪。本次年调以员工个人上年度业绩评价结果为依据，突出绩效越好调幅越高；同等绩效等级下，薪酬竞争力越低则调薪幅度越高。

实施多元激励计划：2014年继续对销售系统实施多元激励，采用月度销售之星及加油站奖励（季度奖），极大地激励了一线销售员工的士气，刺激业绩显著提升。

实施追加激励计划：为鼓励员工超额达成业绩，2014年10月实施了追加激励计划。主要包含：销售系统的调薪计划与个性化激励、生产系统精益和成本节约激励计划、职能系统季度奖等激励。进一步提升公司整体薪酬水平，缩小与行业的差距，对于稳定员工以及企业薪酬竞争力带来较大成效。

第五章：重视基层、关爱员工

3. 员工社会保障

华润怡宝严格按照国家及地方相关政策为员工及时、足额缴纳五险一金（养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险、公积金），切实保障员工的各项社会保险及住房公积金福利。公司不仅按照国家政策提供各项员工福利，包括独生子女补和高温补等，还根据公司经营状况提供其他自定义福利，包括工龄补、女职工补、长期服务奖、有薪事假等，为员工提供丰富多样的福利保障，作为吸引和保留人才的有效措施。

为体现人文关怀，华润怡宝每年为全体员工购买团体商业保险，保障员工因遭受意外伤害、重大疾病等造成的身故、残疾、疾病等费用支出，提高对员工的保障力度。

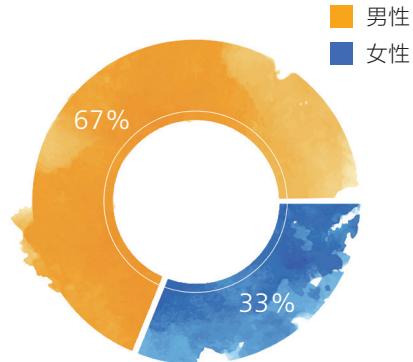
此外，华润怡宝为帮助员工解决因重大疾病、意外事故等造成的负担过重问题，还设立了华润怡宝员工互助基金。该员工互助基金旨在进一步完善多渠道、多层次的互助机制，体现了华润怡宝人团结、互爱的精神。

4. 保护女职工及其他特殊人群

华润怡宝员工中，女性员工占33%。公司严格遵守《女职工劳动保护特别规定》，为女员工创造平等、良好的工作环境。

同时，严格执行女员工在怀孕、生育、哺乳期间劳动保护特别规定，在员工体检时为女员工特别增加检查项目。女员工怀孕七个月以上（含七个月）和在哺乳未满一周岁的婴儿期间，每天可享受工间休息1小时，且视为劳动时间，同时不安排夜班、加班工作。并且，如果怀孕女员工确需在劳动时间内进行产前检查的，提交医院证明后，可视为正常上班。

华润怡宝员工性别比例



第五章：重视基层、关爱员工

(二) 员工成长

1. 人才培养

2014年，华润怡宝加速人才培养，完善员工成长通道，主要采取了以下举措：

| | | |
|--|---|--|
| 1)搭建干部管理基础，快速提升“一线指挥官”岗位胜任能力 2014年，华润怡宝丰富干部信息库，目前已初步完成关键岗位人才盘点，并已制定出干部选拔标准，出台干部上岗手册，实施“小灶计划培训”，已覆盖170名销售主管。 | 2)持续实施公司中高层人员高级领导力小班项目 华润怡宝聚焦组织能力的打造及业务技能的提升，已完成全部培训课程并结业。 | 3)完善员工成长通道，明确晋升标准与路径 发布公司统一职务职位体系，并基于此新体系出台晋升管理办法，明确晋升标准。 |
|--|---|--|

2. 职业培训和职业发展

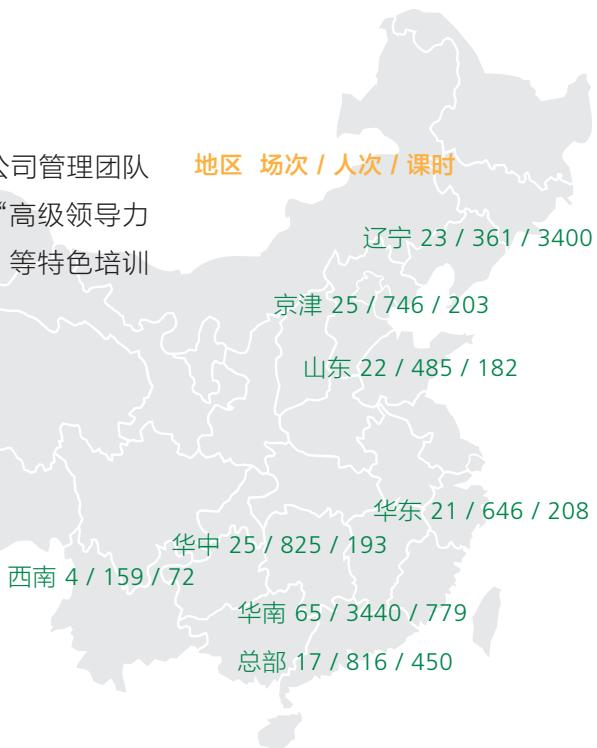
职业培训

基于战略与业务需求，结合人才发展通道，华润怡宝培训实行统一规划、分级管理、分层实施的工作模式，通过多手段、分层分类的人才培养方式，逐步完善形成“水润青春训练营”、“职能训练营”和“领导力培训”三类特色培养项目。同时，以“课程、讲师、学员”为抓手，通过课程开发积累华润怡宝最佳实践；通过讲师培养，促进华润怡宝最佳实践和文化传承；通过严格学员管理，促进人才阶梯成长，强化培训过程管理，不断完善“四位一体”(课程、讲师、学员、过程)培训管理体系。



第五章：重视基层、关爱员工

2014年，华润怡宝总部和区域公司结合业务需要，针对公司管理团队开展“打造卓越高管领导力项目”，针对中高层人才开展“高级领导力培训项目”，针对基层销售管理人才开展“小灶培养计划”等特色培训项目；共开展培训202场、7478人次，总计5487课时。



案例：开展2014年应届毕业生“水润青春”训练营

开展“水润青春”2014年应届毕业生训练营，对来自区域公司及直管大区共114名应届毕业生开展了为期8天，课时达80小时的新员工训练营，训练营分为“认识怡宝、成功之路、文化之旅、职业素养”四大模块，通过训练营的学习，加速了学生自我角色的转化，加强了员工对公司的认知。



案例：开展华润怡宝高级领导力小班

华润怡宝开展高级领导力小班，高级领导力小班第二模块第一课《矩阵模式下的个人领导力》、高级领导力小班第二模块第二课《组织能力杨三角》、高级领导力小班第二模块第三课《组织能力塑造》、高级领导力小班第三模块第一课《非财务人员的财务管理》总课时达64小时，共216人次；



第五章：重视基层、关爱员工

案例：华润怡宝市场营销（初级）内训师TTT培训课时达42小时，共96人次



职业发展

华润怡宝根据员工岗位及员工个人特点，建立了员工个人发展的双通道及人才选拔机制。建立的员工发展方案包括勾勒成长台阶、制定运作流程、配套支持措施共三部分，为员工量身订制合适的职业发展通道。同时，华润怡宝建立了有效的内部人才选拔机制，建立了富有自身特点的人才选拔标准（诚信、以身作则、激情、授权、业绩、学习能力等）。同时，在关键岗位的建设上，我们建立了关键岗位人才库信息维度，支持人才选拔。

并且，华润怡宝2014年梳理统一职务职位体系，完善成长通道：为适应公司发展需要，匹配三级管控模式落地与组织职能设置精细化，提升组织管理的一致性，对原有职务职位体系进行优化，于4月底完成并发布公司职务职位体系，5月底完成线上线下岗位名称规范；出台晋升管理办法，明确晋升标准：根据新的职务职位体系制定了配套的晋升管理办法，明确员工的晋升发展路径及晋升的标准，规范晋升流程，12月正式发布。



第五章：重视基层、关爱员工

（二）员工关爱



1. 基层员工诉求帮扶

华润怡宝持续宣传沟通渠道，制作和发放《员工沟通宣传手册》，不定期将公司动态等信息与员工分享，覆盖全员，确保员工可以通过多渠道、多方式表达各种建议和诉求。

区域人事行政部每月进行员工的电话访谈，覆盖各个阶层，了解员工的思想动态、业务表现、面临的困惑等，收集问题，并及时通报相关部门进行解决；并组织开展协同拜访制度，定期组织各职能部门人员，下市场走访，深入一线，一方面了解销售业务，一方面加强沟通交流，为以后更好的服务一线做充分准备。

2. 困难员工帮扶

2014年，华润怡宝继续秉承着“关爱互助、感恩成长”的理念，帮助困难员工，以丰富的形式和贴心的礼物将爱传递给公司的每一位员工。为了更好的关爱员工及其家属，新增员工家属自费保险方案，将关爱范围延伸至员工家属中。

第五章：重视基层、关爱员工

为员工购买团体补充商业保险

2014年度华润怡宝为员工额外购买的团体商业保险在2013年度的基础上，更加关注员工的重大疾病、疾病身故、意外疾病及身故，全员参保，大大提高了对员工的保障力度，同时调整了部分员工的医疗方面的保障。此外，重新梳理了理赔流程，提高了理赔的效率。

新增员工家属自费保险方案

为更好的关爱员工及其家属，经过与商保公司协商，在原合作的商保协议中，华润怡宝试行新增员工家属（含员工配偶、员工子女、员工父母）自费保险方案，将关爱范围延伸到了员工家属中。

员工互助基金

2014年，按照集团制定的员工关爱工作指引，华润怡宝为员工申领“员工互助基金”13人次，救助金额共计42.5万元，一定程度上帮助员工解决了因重大疾病、意外事故等造成家庭经济负担。



员工互助基金捐款



捐款现场气氛热烈

缓解职工住房压力

为有效缓解大学生住房压力，华润怡宝通过深圳市住建局为符合条件的员工申请深圳市人才安居租房补贴，稳定人员。为符合条件的员工办理在职人才（含应届毕业生）引进手续，解决其落户深圳的需求。

华南区域开展了员工宿舍升级改造工作，根据各工厂需求，完成了珠海厂、江门厂、深圳厂宿舍改造，共装修了55间宿舍，有229名员工入住“新家”。

第五章：重视基层、关爱员工

3. 工作生活平衡

2014年，华润怡宝开展丰富多彩的业余活动，坚持以丰富的形式、贴心的礼物为各区域及大区辛勤付出、默默奉献的一线员工送去关怀和心意，以实际行动推进“感动怡宝”月度关爱行动。各区域根据区域实际情况，结合员工特点、实际需求，将关爱继续传递，努力营造一个幸福温暖的“怡宝之家”。

感动怡宝——寻找你我身边的宝物

2014年“感动怡宝——寻找你我身边的宝物”项目主题活动从8月开始筹备，9月启动，以“寻找你我身边的宝物”为主线，通过寻找伴随怡宝成长的怀旧物件、引领怡宝发展的新生事物、探索怡宝成功的制胜秘籍，来挖掘宝物背后动人的故事，此次活动继续深入基层、贴近一线，与员工互动交流、收集员工的意见，多角度呈现怡宝历史与怡宝人的成长轨迹，更好地宣贯企业文化。

截止2014年12月，走访17个城市，发放宣传海报2000张，收集到宝物100件，采访献宝人60人，撰写宝物故事60篇，拍摄献宝人故事10个，微信关注人数近600人，制作宝物画册1000本。

微信关注人数近

600人

制作宝物画册

1000本



年度企业文化建设“感动怡宝——寻找你我身边的宝物”宣传海报

第五章：重视基层、关爱员工

开展员工生日会

华润怡宝持续开展员工生日会，每月会为当月生日员工发放小礼物，并组织生日聚会，增进了员工之间的沟通和融合。



开展趣味运动会等业余活动

为了丰富公司员工的业余生活，华润怡宝在总部及各区域开展了一系列的业余活动。总部成立羽毛球、瑜伽健康俱乐部，京津大区组织职能部门人员、销售大区员工代表共同举办了篮球赛活动，宁乡厂组织开展趣味运动会。通过这些活动，增加员工锻炼身体的机会，增强团队凝聚力，改善组织氛围，让员工工作之余，能放松心情。



组织参加户外拓展活动



端午节组织包粽子



组织篮球、羽毛球各项比赛



第五章：重视基层、关爱员工

（三）职业健康

2014年华润怡宝继续加强员工职业健康工作管理，预防、控制和消除职业危害对员工健康的损害，切实保障员工身心健康。

1. 职业健康管理体

华润怡宝严格遵守国家《职业病防治法》，健全员工健康管理制度，加大安全健康投入，保证安全的作业环境和作业条件；加强职业病危害因素监测，有效预防职业病；开展职业健康教育培训，提高员工安全意识和自我防护能力；优化员工商业保险，加大保险的保障功能。

2014年，华润怡宝继续为全员购买团体补充商业保险，持续提高对员工重大疾病、疾病身故、意外身故等的保障力度，同时重新梳理了理赔流程，提高了理赔的效率。此外，华润怡宝每年还免费组织全体员工进行一次健康体检，并建立了员工健康档案。

2. 职业病防治制度

为规范职业健康管理活动，保障华润怡宝各级组织的员工职业健康合法权益，预防、控制和消除职业危害，华润怡宝制定了《华润怡宝职业健康管理制度》。

由华润怡宝总部工程部门负责的新建、改建、扩建工程项目和技术改造、技术引进项目（以下统称建设项目），在项目中涉及职业健康内容的，华润怡宝按照国家建设项目有关职业卫生的相关规定，执行职业健康卫生“三同时”的规定，确保职业危害防护设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投入生产和使用；做好职业病危害预评价报告和职业病危害控制评价报告的申报、审核、备案以及防护设施竣工验收等工作。

华润怡宝基层企业安委办根据国家或地方法律法规、总部、区域公司要求及企业实际情况等，制定具体的职业健康管理制度，明确相关部门与人员的管理职责、工作要求等内容。

若有员工被确诊为职业病，华润怡宝保障其依法享受国家规定的待遇，安排治疗、康复和定期检查，对不适宜继续从事原工作的，应当调离原岗位，并妥善安置。

3. 心理健康

华润怡宝注重人文关怀和心理疏导，缓解员工压力，增强员工归属感；成立了羽毛球协会、瑜伽协会等员工俱乐部；组织生日会、电影欣赏、团队建设等各种员工活动；开展三八节、端午节、圣诞节、冬至等节日活动，增加员工互动，提升员工的幸福感。

公司高层领导深入基层，把“走访基层、关心员工”意识融入工作中，倾听基层的声音，分享员工的生活工作感受，了解员工的思想动态，想方设法为员工解决实际问题。

为客户提供

优质产品与服务



第六章：为客户提供优质产品与服务

（一）维护消费者权益

1. 保护消费者健康安全：

客诉处理（消费者投诉争议处理）

2014年质量目标全部达标：瓶装水投诉率0.01PPM、桶装水投诉率0.52PPM、饮料投诉率0.03PPM、瓶装水异物投诉率0.008PPM，各项指标全部达标并优于目标值。全年客服中心热线提供服务共计51035次，服务量较去年同期涨幅达24%，热线服务全年零投诉。

华润怡宝一直以来严格坚持全过程产品质量管控。其中，为避免流通环节可能出现因搬运过程中盖子松动或桶身渗漏缺陷导致的相关产品质量问题，我司承诺对水站和消费者均提供无条件退换货服务。此次国家食品药品监督管理总局公布的同批次桶装水产品未出现退换货情况。

2. 关注品质

华润怡宝质量管理以标准体系、工作体系、人员体系要求为准则，系统规划质量管理工作，通过设定各部门、各层级质量管理工作业绩目标并逐级分解，推动全员参与质量管理，切实做到质量管理规划的落实执行。

为了充分维护消费者权益，确切保证消费者能喝到健康纯净的怡宝水，华润怡宝制定质量保证制度，根据公司现阶段质量管理要求，完成公司质量管理体系（SPM体系）文件架构的重新梳理，共完成10份一级文件、40份二级文件及118份三级文件（含标准及操作性文件）的修改及发放工作。并且，华润怡宝结合企业特色，从社会责任出发，保证产品质量，提出一系列质量管理举措。

整合工厂管理部的营运审核及质量环境安全部的质量安全审核，组成联合审核小组，从基础硬件设施、仓储管理、质量控制计划、安全体系（含食品安全及EHS）与现场管理4个模块对所有42个工厂进行了质量安全和营运管理情况审核，给出改善意见，跟进督办并取得一定成效；



第六章：为客户提供优质产品与服务

华润怡宝完成了39家涉水供应商，45家新增供应商的审核，通过审核，工厂及供应商的质量管理工作较往年有较大的提升；完成了20个城市瓶装水市场抽样，覆盖42家工厂、所有品类，共计14202个样品的抽样检测工作，从抽样情况来看，瓶装水的情况有了较大改进；完成了25个质量管理与标准体系培训教材的编制工作并用于培训工作，获得一致好评；2013年共举办六场大型培训，共192人参与培训。

举办全国工厂的实验室比对工作，全面了解各工厂的检测水平；对2013年比对结果较差的工厂进行辅导，对新OEM驻厂品控、新OEM工厂检测人员、工厂和供应商的包材检测人员进行培训考核，全年共培训90多名检测人员。

3. 商品回收追溯机制

对于国家食品药品监督管理总局公布的批次20140706桶装纯净水产品抽检菌落总数超标的情况，华润怡宝在2014年8月11日接到通知后第一时间进行生产环节自查和流通环节追查，并未发现此类现象。近期同批次产品第三方检测，以及由国家食品药品监督管理总局和地方食品药品监督管理局进行的相邻批次产品抽检也均未发现菌落总数超标现象。

过去的25年间，一直以“责任”、“信任”示人的“怡宝”品牌从未出现过如此危机。本着对消费者充分负责、慎重的态度，知悉此事后，华润怡宝高层高度重视，紧急召开会议，应用商品追溯机制处理危机。这是一个能够连接生产、检验、监管和消费各个环节，让消费者了解符合卫生安全的生产和流通过程，提高消费者放心程度的信息管理机制。该机制旨在建立良好的食品安全信息数据库，一旦发现问题，能够根据溯源进行有效的控制和召回，从源头上保障消费者的合法权益。除此，华润怡宝还一直以来严格坚持全过程产品质量管控。其中，为避免流通环节可能出现因搬运过程中盖子松动或桶身渗漏缺陷导致的相关产品质量问题，华润怡宝承诺对水站和消费者均提供无条件退换货服务。此次国家食品药品监督管理总局公布的同批次桶装水产品未出现退换货情况。

此次危机中让怡宝人学会挖掘事件背后的根源，及时堵漏洞。今后，华润怡宝还将继续十年如一日，专注于为消费者提供健康安全的水。

华润怡宝完成了

39家

涉水供应商，

45家

新增供应商的审核

第六章：为客户提供优质产品与服务

（二）提升客户满意度

华润怡宝是较早开展客户／顾客满意度评估项目的企业之一，自2004年8月即已开始进行首轮评估研究；同时，华润怡宝坚持常年连续性进行满意度评估，自2004年8月起至2014年8月为止，已经连续开展11年，累积超过25000样本，积累了大量、连续、完整的评估数据，为持续监测并提升怡宝品牌／产品市场表现，持续关注并改进怡宝对零售终端及各级经销商的服务水平提供了重要依据；

自满意度评估项目立项之始，华润怡宝便确立了“紧贴业务”、“系统性”、“科学性”的指导原则：

已经连续开展

11年

累积超过

25000样本

- 紧贴业务：

要求将评估结果作为提升业务水准、改进工作流程的重要参照指标；

- 系统性：

依据怡宝实际状况，将评估范围涵盖瓶装水和桶装水，并分别将评估领域细分至消费者满意度、不同类型零售终端（包括桶装水水店）满意度和各级经销商满意度，以期获得客观、完整的评估数据；

- 科学性：

1)自评估项目之初，并确立了同专业的市场调研公司合作的原则，并坚持合作伙伴的连续性和稳定性，以此来保证评估数据采集及分析的统一性，提升了连续性数据的可比性和参照性；

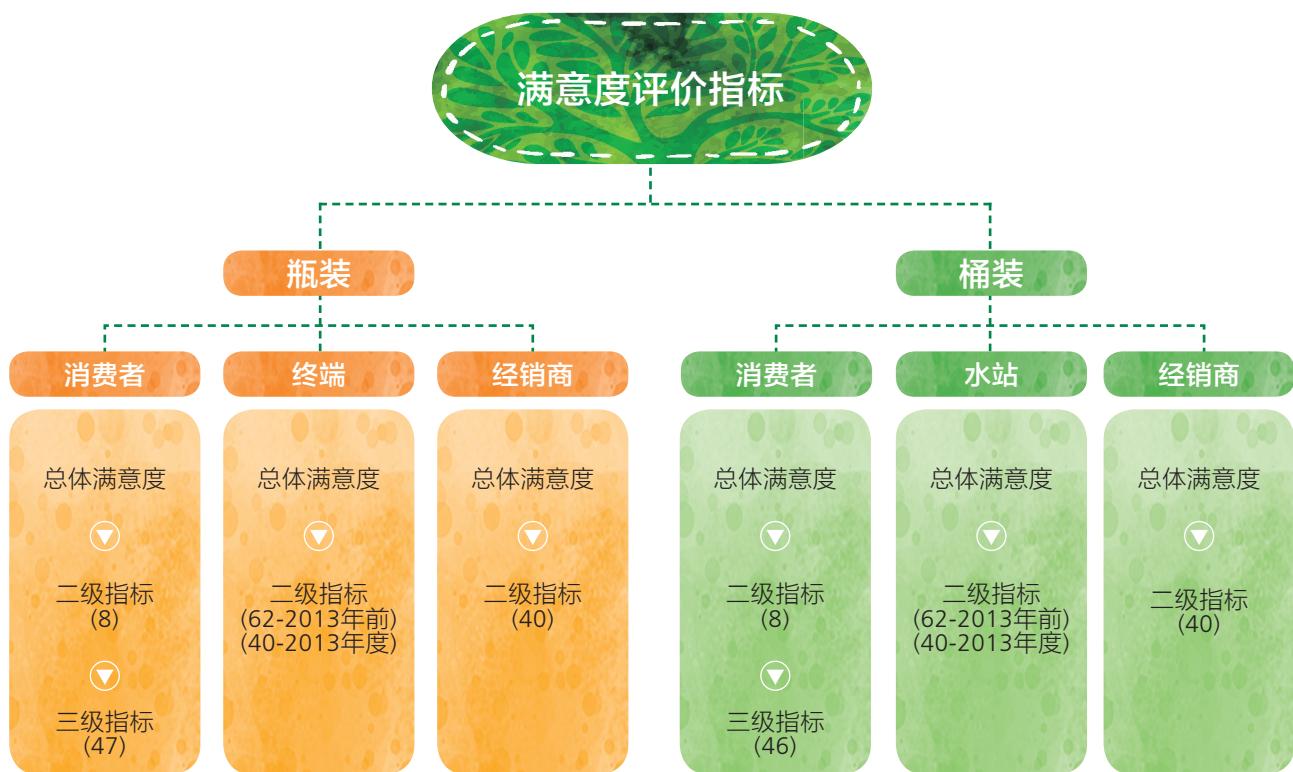
2)根据怡宝业务开展的实际情況，在第一阶段（2004-2006年），评估范围包括广州、深圳、成都等既有市场；自2007年开始，第一时间将评估范围扩展至北京、南京、长沙等新入市场；以此保证评估的客观性和科学性；



第六章：为客户提供优质产品与服务

3)由于怡宝产品所面对不同市场的性质不同，在总体评估时，区分成熟市场(广州／深圳／成都)和开拓市场(北京／南京／长沙)分别予以独立评估(而非泛泛综合评估)，使得评估数据更贴近市场的实际情况；

4)满意度评估项目的关键在于评估指标的设定，华润怡宝同作为长期合作伙伴的调研公司(BCI)共同按照分级、细分的原则设计了科学的评估指标体系，并且，根据市场实际情况的变化，坚持对具体指标本身进行再精进，从而保证了评估项目的科学和准确；



在多年实践中，华润怡宝已充分认识并体会到顾客／客户满意度评估对业务提升的重要性，将会坚持在贴近业务、科学、系统原则指导下持续开展满意度评估项目。

第六章：为客户提供优质产品与服务

（三）提供优质产品和服务

1. 保证优质产品

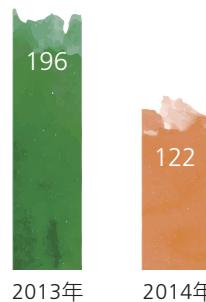
华润怡宝严格执行国家法律法规和标准，从原料采购、产品生产到销售，不断改进技术、改善生产工艺流程、严格供应商管理、完善质量管理制度和标准、开展质量管理体系认证等，为广大消费者提供高品质的产品和服务。

华润怡宝始终以优于“国标”的生产标准为消费者提供健康满意的优质产品，全面执行ISO9001-2000及HACCP质量管理和控制系统、6S管理体系，并创建自己的SPM全过程质量管理体系，通过良好的服务赢得消费者的认同。2014年持续ISO22000食品安全管理体系，进一步强化质量管理。提出以从质量标准系统、质量抽检系统、工厂考核系统、技术支持系统四个方面推进质量安全管理的系统化、标准化，并形成良性的PDCA循环。

2014年，华润怡宝完善水质量控制计划及审核表、饮料质量控制计划及审核表和供应商审核表，从食品安全与追溯、基础设施与管理、实验室管理、5S、质量控制计划5个方面对现有26个工厂进行了质量审核，给出整改意见，跟进督办并取得一定成效。举办全国工厂的实验室比对工作，全面了解各工厂的检测水平；对驻厂品控、新OEM工厂检测人员、微生物检测等进行培训工作，编制完成水质量培训教材。通过对供应商审核评比、三级（总部／区域／工厂）抽检、客诉分析等手段，将质量管理落实到供应商、经销商、分销商等客户。

2014年，质量目标全部达标。2014年产生质量责任投诉情况共122单，总量较去年下降74单，其中异物投诉量下降56单；瓶装水、桶装水、饮料投诉率分别为0.01ppm、0.56ppm、0.03ppm，分别同比下降52%、41%、66%，各项指标全部达标并优于目标值。其中，异物投诉占比最大，为74.5%，2014年重点排查异物风险，通过包装改进、异物改进跟踪等行动，有效控制瓶装水异物投诉率下降58%。

产生质量责任投诉情况



第六章：为客户提供优质产品与服务

2. 提供优质服务

华润怡宝坚持以食品安全为基础，以顾客满意为目标，追求卓越管理，创造完美品质，奉献至诚服务。

华润怡宝在提供优质产品的同时，一直致力于向消费者提供优质、贴心的服务。公司的全国消费者服务热线号码为4008884933及8008304933，对于咨询的客户，我们热情解答；对于有误会的客户，我们耐心解释；涉及合作方的询问，我们全力协调；个别产品的投诉，我们积极跟进联系处理、认真溯源改进。2014年，华润怡宝全年客服中心热线提供服务共计51035次，服务量较去年同期涨幅达24%，热线在话务量大幅上升的情况下，做到了量涨服务质量不降，实现了热线服务的全年“零”投诉。

2014年，华润怡宝全年客服中心热线提供服务共计

51035次

全年“零”投诉

(四) 创新发展

华润怡宝积极推动产品和服务创新，认真研究消费者需求，依据消费者的口味喜好、购买习惯等调研结果，努力研发新产品，以满足消费者对高品质生活的需求。同时，通过各种途径围绕品牌创新，聚焦服务对象，开展渠道变革，力求为消费者提供更良好的品牌体验。

1. 调整产品组合

根据对消费者购买习惯、口味测试的调研结果，2014年华润怡宝对5个SKU做了退市处理。午后奶茶和火咖在2014年上市了更适合饮料消费群的新口味，其中巧克力口味奶茶和美式冰咖啡都已成为公司两个品类中的主力产品，新上市产品带来销量1125222箱。

饮料新品持续储备

为了饮料业务长远发展提供产品保障，华润怡宝在2014年又研发出三个新品类，并对加林山矿泉水进行试销。3月17日进行第一批次产品生产，4月上旬深圳大区进行试销，并同时进行为期三个月售点监测。

与合作伙伴

携手共赢



第七章：与合作伙伴携手共赢

(一)促进公平竞争

1. 建立客户管理机制

为促进合作伙伴的公平竞争，规范公司招投标行为，增强招标采购透明度，按照集团《华润集团招标采购管理制度》要求，2014年华润怡宝制定并颁布了《华润饮料招标采购管理制度(试行)》。

在招标采购管理制度基础上，华润怡宝建立供应商管理标准：定期召开供应商大会，举办采购系统培训；发放供应商管理文件、标准实施；定期通报供应商考核结果，促使主动改善。

优化供应商选择模式：通过产能、价格、运输方式、供货距离、设备、实力等多维度分析，选出最优供应商，进行集中采购；通过对供应商的议价及综合成本分析，设立主、辅、备供应商，保障供应，稳定物料价格。

供应商信息库优化：运行BI采购统计分析系统，为供应商管理、采购决策提供信息支持。

明确客户管理标准：对渠道客户安全库存、资金实力等标准进一步明确，形成统一客户开发标准；对终端客户进行标准化分类，进行路线优化，执行差异化销售动作。

2. 完善基于CRM系统的经销商协同平台

完善ERP、经销商平台、CRM的高度集成，提高经销商协同功能，获取方便、准确的监控与分析渠道客户的进销存数据，提升对渠道的监管能力。

提高现代渠道客户专业化水平：变革混合式经销模式，将现代渠道从传统经销商、传统销售大区中分离，实现专业化KA经销商管理，明确设立价格、门店表现、活动执行等标准。

3. 建立合格供应商库

华润怡宝将履行社会责任的理念和要求全面融入企业的采购全过程中，同时确保对公司的采购交易行为的负责，华润怡宝在采购过程中，对供应商的服务质量、社会责任、质量管理、现场管理等方面进行全方位、多层次的考评，根据供应需求，开展了多次对公共平台里新供应商资质进行筛选，建立备选供应商资料库。对某些会造成一定环境影响的新供应商均要求提供当地环保部门签发的《环境评估报告》及《环境评估验收报告》或《污水排放许可证》。资质筛选中，对无法提供环境评估相关文件的供应商，资质审核不予通过。

第七章：与合作伙伴携手共赢

（二）改善媒体关系

1. 舆情管理

舆情监测

华润怡宝形成7天×24小时全天候的舆情监测机制，确保第一时间洞悉行业、企业相关信息，并形成周舆情分析报告机制，对每周舆情进行汇总分析梳理、提炼有启示性的建议，从而形成和媒体深度沟通、促进媒体关系的信息基础。

负面舆情管理

当出现不利于华润怡宝的负面舆情时，对内，公司立即对自身进行清查盘点；对外，华润怡宝积极沟通媒体，真诚传递有关信息，实现媒体对华润怡宝及相关事件的正确、完整认知，有效分化、引导舆论，消弭负面舆情影响。

2. 媒体合作

华润怡宝与新华社开展“水中的童话”公益项目合作；作为公益支持方，华润怡宝助力新华社《中国名牌》杂志发起《水中的童话》环保图画征集活动，提升了华润怡宝的公益形象。

华润怡宝与各区域主流媒体合作，在高考期间开展为考生、家长、交警等“送清凉”的公益活动，并积极支持上海马拉松、杭州马拉松、深圳马拉松等全民健身公益活动。



第七章：与合作伙伴携手共赢

3. 对外宣传

华润怡宝2014年持续加大品牌投入。

- 媒体投放特点

按电视、户外、互联网、其他投放方式比例为3:3:2:2；在资源有限的情况下，侧重网络媒体、电视电影植入等多媒体组合，形成较大的传播声量。

- 事件营销

2014年瞄准好莱坞大片《变形金刚4》暑期上映契机，对电影进行产品植入，并借势推出与电影内容关联的新广告片，投放电视、户外、互联网广告，同时配合怡宝纯净水变4新装展开线下买赠促销活动，线上线下与消费者进行深入的情感交流，借助与电影的联合推广，在赢取声量的同时达到拉动销售的最终目的。

- 日常公关传播

结合社会、行业热点和企业新闻动态，通过报纸、网络，以及华润怡宝官方微博、微信平台开展日常传播，巩固提升华润怡宝的媒体和公众关注度，建立可持续的企业声誉管理体系。

- 公关专项

2014年“世界水日”期间，开展以“纯净‘水生态’，我们在行动”为主题的公关传播专项，占位饮用水行业“世界水日”宣传制高点，打造饮用水行业“世界水日”传播最强音，有效提升了华润怡宝富有责任的品牌形象。





与社会

和谐共存



第八章：与社会和谐共存

(一) 政府责任

1. 响应国家政策

华润怡宝积极响应国家政策，持续推进可持续发展，携手精益管理，认真落实节能减排工作。

案例：华润怡宝大力开展节能减排工作

2014年度公司组织开展了30余个较大节能减排项目，年节约用水约190万吨、节约用电69万度、节约用煤约60吨。

目标达成情况

| 节能减排目标 | 完成情况 |
|--------------------|---------------|
| 万元产值可比价综合能耗同比下降2% | 达成，同比下降5.74%。 |
| 万元增加值可比价综合能耗同比下降2% | 达成，同比下降16%。 |
| 公司吨产品(水)单位耗电同比下降2% | 达成，同比下降2.25%。 |



2. 带动就业

2014年华润怡宝充分发挥企业责任，带动就业，减轻政府负担。计划社会招聘6100人，实际到岗6031人，达成率99%，人员净增加1573人。

3. 依法纳税

2014年华润怡宝5C财务管理体系落地，深入推进全面风险管理体系建设，加强对政府税收政策的跟踪研究及对各区域公司的纳税风险管理。推动各公司持续改进和优化税务风险管理。2014年华润怡宝纳税总额为人民币51240万元。通过优化税务风险管理，节税49.04万元。

2014年华润怡宝纳税总额为
人民币

51240万元

通过优化税务风险管理，
节税

49.04万元

第八章：与社会和谐共存

(二) 安全生产

1. 安全生产事故发生情况

2014年华润怡宝未发生特别重大事故、重大事故、较大事故，未发生造成人员(消费者)死亡或严重不良社会影响的重大食品安全事件；未发生对集团市场形象、社会形象造成重大负面影响的安全生产事件。华润怡宝达成集团安全生产目标。

但华润怡宝本年度累计发生道路交通事故共计4起，受轻伤1人，死亡4人，本年度累计发生安全生产工伤事故包括可记录事件共计10起，受轻伤10人。千人死亡率为0.11，工伤事故频率(千人负伤率)1.11，千人经济损失率0.02。

2. 安全生产管理

监督保障

1) 签订EHS责任书，细化考核

目标

总部与各分公司、大区签订7份安全生产责任书和4份节能减排考核目标；总部与各职能部门签订14份安全生产责任书。各区域与工厂，各工厂内部均按照“横向到底、纵向到底”原则，层层签订安全责任，层层分级EHS控制目标，严格落实安全生产岗位职责。

2) 落实EHS三级管控，完善新

建工厂EHS体系

按照“总部 - 区域 - 工厂”三级管控，全面落实各级EHS职责，提升了EHS整体效力；新建宁乡厂、六安厂、肇庆厂借鉴深圳工厂及嘉定工厂两个试点工厂可复制的EHS体系及成熟的EHS经验，快速建立EHS体系，顺应并支持工厂及公司业务发展。

总部

区域

工厂

第八章：与社会和谐共存

案例：召开年度“安委会会议”及“公司年度EHS大会”

10月11日公司组织召开安委会会议，分析EHS管理形势，解读事故案例，开展学习与反思，落实下一步重点工作与任务。会议要求公司吸取事故教训，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”方针，落实“一岗双责”；必须在“预防”、“治理”上下功夫，绷紧安全这个弦，杜绝事故发生；重视和加强“生产系统之外”的销售系统、职能系统的安全工作，从“系统”到“组织建立”落实“横向到底、纵向到底”。



11月20-22日，公司组织各区域、工厂EHS负责人及管理人员40余人召开主题为“践行责任 • 提升能力”的公司年度EHS大会，会议总结了2014年开展的EHS工作，对2015年在提升全员安全意识、强化红线意识、制度落实执行与监督等方面工作进行了重点部署。

会议就公司业务快速发展给EHS工作带来的压力和难度进行了分析，并就落实新安全法管理责任、EHS管理方法和专业管理三方面进行了EHS系统培训。学习新安全法，践行EHS职责、提升EHS能力。



第八章：与社会和谐共存

3) 组织开展了各类EHS监督检查

春节、国庆节假日前夕开展安全综合检查；6月12日开展了“设备本质安全”专项检查；6-8月开展了“调研检查”、“联合安全大检查”、“应对恶劣天气”安全紧急检查；9月开展了“打非治违”专项整治检查。

每月开展安全月度大检查，每天开展日常安全巡查等。本年度组织开展了各类安全检查累计达150余次，其中专项检查达64次；各类检查发现隐患共1922项，整改率达95%，检查中，对不能立即整改的项目制定了整改方案跟进，对常见的隐患在“安全角”进行了公布、警示。

活动项目开展情况

1) 常态化开展“行为观察”与“设备本质安全”活动。

公司各工厂常态化开展安全行为观察设备本质安全活动。其中，6月份突击对灌装机、吹瓶机、装箱机、码垛机、纸箱成型机的安全防护装置、联锁装置进行了一次专项检查与整改。

2) 每月19日开展“怡宝安全日”活动；在班组开展“人人轮值安全员”活动。

3) “安全生产月”活动。制定发布《华润怡宝安全月活动方案通知》，用于指导安全月活动的开展；以安全生产事故警示教育及安全文化推介活动；安排安全生产应急预案演练活动，提高预案的实用性和可操作性；组织参加全国职业病防治知识竞赛活动，工厂一线员工参与答题率达80%。专项开展“我承诺：我了解本岗位操作规程，我不违章”的教育活动。

4) 落实国务院、国资委及集团EHS要求的活动项目，共组织开展相关活动10余项。按集团要求，组织区域工厂全面推行“安全角”建设及EHS目视化工作，提升EHS现场管理水平。目前各工厂均已建立了并取得了预期效果。

组织开展各类安全检查累计

150余次

第八章：与社会和谐共存

3. 安全教育培训

华润怡宝组织开展了各类EHS培训教育，内容包括安全基本知识、设备安全、化学品管理、消防安全、办公区安全、环境保护、应急响应、急救知识、差旅安全等；开展新员工培训累计5455人次，开展对相关方培训294人次，开展应急演练培训9次，共755人次；组织10余人参加集团组织的专项培训；总部开展对各职能部门的办公室人员安全知识培训74人次。

各区域、销售大区根据华润怡宝EHS办公室“关于加强交通安全管理和开展交通安全专项培训宣传的通知”，组织生产员工、销售人员及职能部门办公人员开展“提高员工交通安全意识”的全员交通安全专项培训，各生产工厂在“安全角”、宣传栏、班组园地等，开展交通安全宣传专版，广泛宣传交通安全知识和案例教育。在各子区域市场、片区代表处陆续通过以授课、播放PPT、案例反思、课后考核的形式组织开展全员交通安全培训和宣传工作。

华南区域工厂、销售大区、职能部门共计组织110场培训，参加培训总人数达3623人，组织员工专项培训考试，保持培训记录，开展培训效果评估，并将交通安全培训知识列入新员工三级安全教育内容之一。

华东交通安全专项培训覆盖华东分公司职能部门及3家工厂和6大销售大区。培训达2000多人次。

华中区域办公室组织开展了交通安全专项培训，共40名员工参加了培训，区域人力资源部和宁乡工厂广泛利用宣传栏等大力宣传交通安全知识、预防交通事故的方法和自我保护的相关知识，宁乡厂EHS办根据生产实际情况，分批分部门组织全体人员进行全方位的安全教育。七个销售大区分别组织员工展开了交通安全知识的自主学习，并组织大区及工厂的员工共计590人进行了闭卷考试。



第八章：与社会和谐共存

成都工厂分别在10月23日和28日分为两批进行，共计参加培训人数122人；区域5个职能部门共40余人，重庆销售11人，共计56人，累计近180人次；对不能及时参加培训的职能部门及销售人员提供培训教材，开展自主学习。

山东大区在各销售区域开展交通事故案例深刻反思活动，吸取经验教训，深刻认识到业务代表存在交通安全行为不规范，交通安全的宣导工作没有引起各业务代表重视的问题。通过学习案例一再强调交通安全教育，分析发生交通事故的原因。

京津大区将道路交通安全法、文明驾车守则等相关资料进行收集与整理，制定公司员工交通安全制度及文明驾车守则，下发到各办事处，制定培训计划，将交通安全问题视为重点工作，统一给予全员系统的培训；积极开展安全教育，倡导安全文明行车的活动。

辽宁大区建立内部交通安全管理制度，将制度张贴宣贯，并于每天的早会上进行重复强调和教育。

4. 安全投入

公司在完善、改造和维护安全防护设备、设施支出；配备必要的应急救援器材、设备和现场作业人员安全防护物品支出；安全生产检查与评价支出；危险源、事故隐患的评估、整改、监控支出；安全技能培训及进行应急救援演练支出；其他与安全生产直接相关的支出年累计共119.93万元人民币。

其他与安全生产直接相关的
支出年累计共

119.93万元

人民币

第八章：与社会和谐共存

(三) 慈善公益

1. 公益管理与投入

公益管理

华润怡宝已建立并形成一套救灾公益快速响应机制。在灾难发生后，所在区域第一时间主动做出反应，协调当地业务团队和经销商资源快速调配救灾物质进行救援，确保救灾速度和黄金救灾时间内的有效援助。同时，总部根据灾情情况迅速决策并推动后续行动，确保第一时间出现在救灾第一线，在2014年历次重大自然灾害中均起到积极、高效的援助效果。

2. 公益投入

作为生产饮用水的企业，为受灾群众和抢险人员提供安全卫生的饮用水是华润怡宝责无旁贷的责任。无论是2014年发生的鲁甸地震、豫陕辽苏吉蒙等地发生的干旱肆虐，华润怡宝都在最短时间内向灾区提供了大量急需的饮用水、衣物等物资价值280万元。

在“品牌基石，责任为先”的文化理念指引和驱动下，华润怡宝积极践行“关爱力量，源自怡宝”，关爱学生、儿童、交警、出租车司机等社会群体，全年累计捐水18724箱，物资价值近90万元。此外，华润怡宝积极投身支持大众体育，2014年，华润怡宝向参赛者及工作人员累计捐赠了50644箱怡宝水，1660桶桶装水，15431箱魔力，15箱奶茶，物资价值315万元。

华润怡宝在最短时间内向灾区提供了大量急需的饮用水、衣物等物资价值

280万元

第八章：与社会和谐共存

案例：救灾公益

2014年是我国自然灾害多发的一年，共发生六次重大自然灾害，包括云南昭通及普洱两地地震、四川甘孜地震、湖南凤凰洪灾、海南广东广西台风、豫陕辽苏吉蒙等地干旱。华润怡宝全年累计捐水58460箱。

✿ 2014年7月，河南省高温、少雨、干旱天气持续发展，发生较严重干旱，华润怡宝立即展开救助，为河南送去5560箱怡宝纯净水。

✿ 7月15日，湖南凤凰古城发生洪涝灾害，华润怡宝第一时间组织人员捐赠1000箱怡宝纯净水，帮助救灾，因当地灾情严重，为进一步帮助灾后重建，后续又捐赠用水8000箱。



✿ 7月22日，受超强台风“威马逊”影响，广东、广西、海南三省风灾肆虐，华润怡宝第一时间驰援灾区30000箱怡宝纯净水。

✿ 8月3日，云南鲁甸发生6.5级地震，华润怡宝第一时间启动救灾响应机制，从昆明紧急调配2400箱怡宝纯净水火速送往灾区。

✿ 8月23日，豫陕辽苏吉蒙等地干旱肆虐，华润怡宝响应国资委“不湿身亦公益”，积极参与“滴水行动”，向旱区捐赠7500箱怡宝纯净水。

✿ 10月7日，云南景谷发生6.6级地震，华润怡宝的救灾响应机制再次发力，8日清晨首批救灾物资2000箱怡宝纯净水即调拨送往灾区。

✿ 11月22日，四川康定发生6.3级地震发生后，华润怡宝于次日又一次率先将2000箱怡宝纯净水送达灾区。

依托总部与区域全系统协同的救灾公益快速响应机制，华润怡宝始终第一时间出现在救灾第一线。当发生自然灾害时，所在区域立即做出反应，协调当地业务团队和经销商资源调配救灾物质进行救援，确保救灾速度和黄金救灾时间内的有效援助。第一时间让灾区人民喝上干净、安全、放心的纯净水，同时总部根据灾情情况迅速决策并推动后续行动，确保第一时间出现在救灾第一线，一个好的机制和一个高效的执行团队，让华润怡宝在2014年历次重大自然灾害中均起到积极、高效的援助效果。

第八章：与社会和谐共存

案例：支持大众体育

近年来，华润怡宝关注大众健康，积极响应国家提倡全民健身的号召，一直投身支持大众体育活动。2014年，华润怡宝向参赛者及工作人员累计捐赠了50644箱怡宝水，1660桶桶装水，15446箱饮料。

1) 国际马拉松比赛

- 🏃 在万人空巷的马拉松比赛中，华润怡宝捐赠深圳国际马拉松比赛怡宝水7850箱水，魔力5400箱；
- 🏃 捐赠杭州国际马拉松比赛怡宝水7917箱，魔力5000箱；捐赠河南郑开国际马拉松比赛怡宝水4167箱，魔力2500箱；
- 🏃 在苏州环金鸡湖国际马拉松比赛中、浙江宁波马拉松国际比赛中和万科城市乐跑活动上海站、杭州站，华润怡宝共累计捐赠10257箱水，捐赠魔力1770箱。

2014年，华润怡宝向参赛者及工作人员累计捐赠了

**50644箱怡宝水
1660桶桶装水
15446箱饮料**



2) 万科乐跑

- 🏃 在万科乐跑活动中，华润怡宝在天津站、深圳站、东莞站、南宁站、佛山站分别捐水2000箱、786箱、655箱、400箱、625箱；
- 🏃 在中山站捐水250箱，魔力60箱；在厦门站、泉州站、漳州站分别各捐水200箱，共计捐水4916箱水，魔力60箱。

3) 慈善万人行

- 🏃 在中山市慈善万人行活动中，华润怡宝向现场参与健身活动的市民捐水1913箱。
- 🏃 在珠海百里徒步暨慈善万人行活动中，华润怡宝捐水649箱。
- 🏃 在深圳慈善徒步中，华润怡宝捐水432箱。

第八章：与社会和谐共存

4) 彩虹跑

- 2014年4月26日，南宁举行首届千人彩虹跑活动，为世界体操竞标赛助威，华润怡宝捐水500箱；
- 在山东烟台万科城市彩虹跑，华润怡宝捐赠166箱水。

5) 其他全民比赛

2014年全年，在北京地区，华润怡宝赞助全民健身系列活动，捐赠900桶桶装水，1600箱瓶装水；捐赠姚记扑克大赛600桶桶装水，330箱瓶装水，15箱午后奶茶，15箱魔力。

7月，北京举办全民健身3v3篮球赛，华润怡宝为现场参赛人员捐赠了100桶装水，300箱瓶装水，10箱魔力；8月至12月，北京举办地坛羽毛球赛，华润怡宝捐赠30桶桶装水，240箱瓶装水。

在北京延庆，华润怡宝支持“要跑24小时”活动，捐赠了30桶桶装水和631箱魔力。

在华润置地凤凰汇举办的荧光跑活动中，华润怡宝捐赠15箱水，5箱魔力。

在珠海，华润银行开展“公益夜跑”活动，华润怡宝捐水110箱，魔力40箱。

在泉州，举办首届全民自行车健身赛，华润怡宝捐水100箱为运动员们呐喊助威。

在山东青岛城市健康跑活动中，华润怡宝捐赠166箱水。



第八章：与社会和谐共存

案例：关爱社会群体

1) 关爱送水员

- “送水员”虽不是华润怡宝的员工，却是华润怡宝与客户接触的窗口，沟通的桥梁。华润怡宝从2011年起发起“水知道幸福”关爱桶装水送水员的系列活动，希望通过系列的传播、互动，让消费者、社会各方面更多地了解送水员群体的真实情况，对送水员的工作给予理解和关心。
- “水知道幸福”继续将关爱延续，包括感恩慰问、怡宝福星评选、总结及颁奖等三大环节的活动内容。2014年走访了广州、深圳、东莞三地水店366家，拜访了1000余名送水员，门店慰问到访率100%，覆盖三地经销商的全部送水员。

2) 关爱学生

- 少年强，则中国强，为激发学生的运动热情，提高学生的运动水平，2014年，华润怡宝针对中高考、开学季、新生军训、运动会等教育领域重要活动，在东北、华东等区域开展“关爱学生”的公益活动，向学校、学生捐赠纯净水。全年累计捐水16740箱。
- 在2014年中考和高考期间，华润怡宝在沈阳、长春和华东区域几大城市开展了“关爱力量，源自怡宝”送清凉活动，其中沈阳中考捐水80箱、高考捐水600箱、长春高考捐水200箱，华东区域几大城市高考共计捐水12414箱。
- 针对开学季，华润怡宝在上海高校捐水2246箱。
- 针对新生军训，华润怡宝对扬州大学和合肥大学城均开展慰问活动，各捐水300箱。
- 为支持大学院校体育事业，华润怡宝还对宁波大学与浙江大学宁波工程学院运动会开展了怡宝纯净水派发活动，捐水450箱。对台州职院的学生派送150箱怡宝纯净水，赢得学生们的一致好评。
- 为发扬怡宝互助互爱精神，京津大区10月22日至28日组织公司员工向甘肃贫困山区的小学捐赠干净、整洁的秋冬衣物，包括羽绒服、棉衣、绒衣、毛衣、外套、围巾、帽子、手套等。10月29日，3个包裹、共计161.585公斤的秋冬衣物寄往甘肃省陇南市康县碾坝乡中心小学，帮助贫困地区的中小学生度过一个温暖的寒冬。



“水知道幸福”是华润怡宝饮料（中国）有限公司关爱送水员的系列活动，自2011年启动以来，广受赞誉。2014年，以感恩之心再度启幕，为感谢一线送水员的坚守与付出，让老客户和送水员的幸福交相辉映。



第八章：与社会和谐共存

3) 关爱交警

- ◆ 2014年，华润怡宝对奋战在社会民生保障岗位第一线的交警、出租司机、环卫工人等开展了系列关爱活动。全年累计捐水967箱。
- ◆ 在江苏徐州开展慰问交警大队活动中，华润怡宝捐水300箱。
- ◆ 在浙江宁波开展面向轨道交通工作人员的“夏日清凉大放送”活动中，华润怡宝捐水400箱。



4) 关爱出租车司机

- ◆ 在江苏，华润怡宝携手万象城，开展“关怀赠礼出租车司机”活动，捐水167箱。

5) 关爱环卫工人

- ◆ 在安徽宣城，华润怡宝面向环卫工人开展“夏季送清凉”活动，捐水100箱。



案例：支持社会慈善事业

- ◆ 2014年，华润怡宝积极支持各项社会慈善事业，开展捐水、衣物等公益活动。共计捐水750箱，衣物数百公斤。
- ◆ 向浙江台州临海慈善总会送爱心活动，捐水100箱。
- ◆ 在山东济南携手济南青少年宫、万达联合开展为期2周的“父爱时光”亲子绘画大赛活动，捐水350箱。
- ◆ 向青岛2014万象城杯迎新毅行大会捐水300箱。



第八章：与社会和谐共存

3. 品牌公益项目

世界水日

2014年“世界水日”和“中国水周”期间，华润怡宝发起了以“纯净‘水生态’，我们在行动”为主题的系列公益活动。3月22日世界水日当天，华润怡宝走进全国数百个高校、社区和城市广场，开展“一起呵护水生态”活动。3月25日，与中国饮料工业协会合作举办了“纯净‘水生态’，华润怡宝在行动”高峰论坛活动，进一步推动各方积极投身纯净“水生态”的事业中来。

百所图书馆计划

2014年7月，华润怡宝再次启动了“百所图书馆计划”，在全国47个城市陆续开展2840多场社区募书活动，两个多月内，募集了近64万余册书籍。8年来，华润怡宝已建成图书馆132所，累计捐赠图书超过100万册。

4. 志愿者活动

华润怡宝积极开展志愿者活动，鼓励员工实践环境保护与节能减排方面所开展的活动。2014年，华润怡宝珠海厂开展“爬加林山捡垃圾环保活动”，组织员工到加林山水源地进行污染物清扫活动，积极践行爱护环境职责。



珠海厂开展“爬加林山捡垃圾环保活动”

(四) 社区共建

2014年，华润怡宝结合当地优势分别在广西南宁和四川成都投资工厂。华润怡宝2012年在长沙、六安、肇庆投资的工厂于2014年投入生产，带动就业518人。

缔造

可持续生态环境



第九章：缔造可持续生态环境

(一)绿色管理

1. 绿色管理体系

在集团安委会的工作指引下，华润怡宝建立了EHS组织和管理机制，完成EHS管理体系建设，包括组织体系、制度体系、责任体系、教育体系、风险控制体系、监督保障体系、文化体系、评价体系、体系建立与维护共9个方面内容，构建起“总部、区域、工厂”三级管控机制。

2014年，华润怡宝修订和完善EHS管理体系，增加了环保与节能减排管理制度，建立管理组织架构、制定年度目标与计划，落实环境保护、节能减排各项重点工作。各工厂建立完善节能减排相关规定，如：宁乡工厂制定《空调、地暖管理使用规定》，规范工厂空调、地暖的使用，避免不必要的浪费。创建了“你我健康安全，共享绿色生活”具有行业特色的EHS理念。

2. 绿色发展绩效

2014年，华润怡宝开展了30余个节能减排项目年节约用水190万吨；节约用电69万度；节约用煤60吨。其中主要包括：深圳厂臭氧机冷却水循环，每月可节省1500吨自来水；广州厂瓶装B2、B4线洗盖水回收管道优化改造，每小时可回收4-5吨水；宁乡厂开展水处理浓水回收项目，每月节约用水2万余吨，年节约水费5万余元；嘉定厂开展冰水机冷却塔替代冰水机改造项目，每天节约2000度电，每年可节省20万元电费；宝山厂开展纯水站照明节能改造，每月节约用电670余KWH；成都厂开展“减少浓水排放”项目，浓水排放量每小时减少约45吨。



2014年，华润怡宝开展了30
余个节能减排项目年节约用水
190万吨

节约用电**69万度**
节约用煤**60吨**

第九章：缔造可持续生态环境

华润怡宝参加中国饮料协会节水节能考核活动，获得4项节水或节能奖；

华润食品饮料(深圳)有限公司 获2014中国饮料行业节水优秀生产基地

华润食品饮料(深圳)有限公司 获“广东省放心水生产示范基地”荣誉称号

麒麟饮料(上海)有限公司 获2014中国饮料行业节能优秀企业

麒麟饮料(上海)有限公司 获2014中国饮料行业节水优秀企业



3. 宣贯推动

2014年，华润怡宝成立节能减排领导小组，用以指导组织开展各项节能减排工作；成立“节能宣传周”“全国低碳日”活动小组，全面开展“节能环保活动周”和“低碳日”宣传活动。各区域及工厂研究制定具体可行的节能宣传周和低碳日活动方案。在工厂车间、食堂等地张贴宣传画册，利用例会宣传节能、环保知识。

各区域及工厂通过视频设立滚动宣传页面、悬挂标语(横幅)、在食堂张贴标识、板报等形式宣传节能低碳知识，倡导节能低碳行为；印发70000册“节能低碳宣传单”，并通过五加仑桶装水将节能减排理念传递到终端客户；利用会议、主题班会组织学习节能减排相关法规要求及节能减排新知识、新技术等，宣传节能减排的意义和方法。张贴节能环保贴纸、制作板报，倡导节能环保，节水节电节约纸张从我做起；组织“我为节能减排献计策”活动；开展“关灯一小时”、“关冷气一小时”活动；倡导无纸化办公、绿色出行等活动。



办公区关灯一小时



张贴节能小提示

第九章：缔造可持续生态环境

（二）绿色经营

1. 珍惜水资源

2014年9月，由新华社《中国名牌》杂志社主办的《水中的童话》环保图画征集活动在京启动。华润怡宝对此活动提供公益支持，为少年儿童介绍河流污染、海水赤潮、湖泊消失、生活用水浪费和地下水位下降等世界范围内较为常见的水环境问题。这是国内首次专门针对水环境问题征集儿童漫画作品，旨在加强少年儿童对水环境问题的关注力度，培养他们解决水环境问题的主观能动性。

在为期近3个月的《水中的童话》环保图画征集活动中，共收到了来自北京、山东、河南、山西等省份的数百幅充满童趣和想象力的儿童环保画作，其中的优秀环保作品被选入了《水中的童话》一书。并于12月25日，《水中的童话》环保图画征集活动在北京成功举办了新书发布会。

新闻：华润怡宝：倡导纯净“水生态”

今年11月底，《水中的童话》环保图画发布会将在北京举办。参与书稿征集的孩子们将针对河流污染、海水赤潮等水环境问题，用自己的画笔为“水中的童话”描绘精彩结尾，此次征集活动获得华润怡宝的公益支持。作为中国饮用水市场的领先品牌，在二十多年的企业发展进程中，华润怡宝始终坚持以带给消费者健康、时尚的生活体验作为其品牌的精神内涵，并积极承担作为国有企业应当践行的社会公益责任。在确保自身产品每一滴水水质纯净的同时，怡宝还一直非常关注水环境问题，倡导全行业共同打造一个纯净、健康、可持续的“水生态”系统。

确保每一滴水水质纯净

1989年，华润怡宝在国内率先推出纯净水，是国内最早专业化生产包装饮用水的企业之一。如今，怡宝已成长为中国饮用水市场的领先品牌，是国家质监和卫生饮用纯净水国家标准的主要发起和起草单位之一，也是《瓶装饮用纯净水》国家标准的主要发起和起草单位之一。

作为“国标”的主要发起和起草单位，华润怡宝始终以优于“国标”的生产标准为消费者提供健康满意的优质产品，并通过良好的服务，赢得消费者的认同，在华南地区市场占有率连续多年稳居首位。“让自然变纯净，让饮水更放心。说起这句话，大家首先想到的肯定是怡宝。”饮用水行业专家表示，怡宝“关爱、单纯、有责任感”的产品形象，已经深入人心，并且深受广大消费者好评。

第九章：缔造可持续生态环境

怡宝受消费者青睐的背后，是其对产品质量的严格要求和执着追求，以确保每一滴水水质纯净。一直以来，怡宝致力于水的净化技术领域，经过不断研究创新，从最开始的“氯”净化饮用水源后不断升级，直到二级反渗透净化技术的出现进行7层净化。

据介绍，采用二级反渗透技术生产出来的怡宝纯净水，能有效避免各种病菌入侵人体，溶解性更强，促进新陈代谢作用明显，还可以安全补充人体水分。此外，怡宝纯净水在经过二级反渗透技术以后，能够保证低TDS值、高纯净的标准，更使水的口感天然甘甜。

将“水公益”推到全新高度

近年来，包装饮用水的概念越来越多、同时标准林立，导致消费者在选购时常常陷入无所适从的境地。为了吸引更多的消费者，不少企业大打概念牌和营销牌，过度强调了饮用水的功能性。而过分强调水种的过度营销，引发的就是“水生态”的危机。

在2014年“世界水日”和“中国水周”上，中国饮料工业协会副理事长康永璞表示，打造一个纯净、健康、可持续的水生态系统，饮用水行业的管理是必不可少的重要一环。纯净水生态需要实现从企业自治到行业共治，也需要将理念切实转化成为全行业的行动。

在这方面，怡宝可谓出类拔萃。有着“有责任才更信任”的基因和作为行业引领者的全局性的视角和胸怀，这决定了怡宝不是一家“自扫门前雪”的企业，除了自身的产品质量过硬外，还致力于提高消费者对于饮用水的正确认知，积极响应国家标准的统一出台，并倡导杜绝恶意竞争、营销过度等误导消费者的行为，营造纯净的市场环境，真正将纯净“水生态”作为己任。

在3月22日“世界水日”当天，华润怡宝走进全国数百个高校、社区和城市广场，和消费者互动，共同开展“一起呵护水生态”的公益活动，旨在通过切实行动，让消费者了解国内水资源现状，号召消费者保护饮用水资源，节约用水。作为中国水公益的先行者与中国瓶装水企业社会责任的倡议者，怡宝还扩大了“水公益”覆盖的广度，通过“华润希望小镇”公益项目，将公益的触角延伸至落后的山区农村地区，着力解决农村饮水安全问题。

2013年，华润怡宝发布了国内首份《中国瓶装水企业社会责任倡议书》，呼吁饮用水生产企业应责无旁贷地承担起对消费者、对自然环境的双重企业责任。而今年，华润怡宝通过举办“纯净‘水生态’”高峰论坛活动，希望进一步推动各方积极投身纯净“水生态”的事业中来，将自身的“水公益”推到一个全新的高度。

第九章：缔造可持续生态环境

2. 节能减排，提高能源利用效率

目标达成情况

| 节能减排目标 | 完成情况 |
|--------------------|---------------|
| 万元产值可比价综合能耗同比下降2% | 达成，同比下降5.74%。 |
| 万元增加值可比价综合能耗同比下降2% | 达成，同比下降16%。 |
| 公司吨产品(水)单位耗电同比下降2% | 达成，同比下降2.25%。 |

节能减排项目开展情况

携手精益生产，积极推进节能减排工作，2014年度公司组织开展了30余个较大节能减排项目，年节约用水约190万吨、节约用电69万度、节约用煤约60吨，重点项目开展情况如下：

| 节能减排项目 | 执行情况 |
|--------|---|
| 煤改气项目 | <ul style="list-style-type: none">上海麒麟食品有限公司正在推进煤改气项目，目前进入锅炉招投标阶段及与华润燃气项目合作合同预审阶段。上海锦江麒麟饮料有限公司集中煤气供热替代燃煤锅炉供热项目进入到“与市政部门合同洽谈”阶段。 |
| 节电项目 | <ul style="list-style-type: none">华润怡宝饮料(长沙)有限公司配电房在目前生产淡季产能过剩的情况下，停两台变压器以便减少空载用电损耗，每月节电约5200KWH。上海锦江麒麟饮料有限公司开展纯水站照明节能改造，每月节约用电670余KWH上海麒麟食品有限公司开展冰水机冷却塔替代冰水机改造项目，每天节约2000度电，每年可节省20万元电费。 |
| 节水项目 | <ul style="list-style-type: none">华润食品饮料(深圳)有限公司臭氧机冷却水循环，每月可节省1500余吨自来水。新珠江蒸馏水有限公司瓶装B2、B4线洗盖水回收管道优化改造，每天可回收30吨水。 |
| 减排项目 | <ul style="list-style-type: none">华润怡宝饮料(长沙)有限公司开展水处理浓水回收项目，每日节约用水300吨；生产线输送带润滑系统由湿润滑改为干润滑项目每月节约用水约100吨。华润食品饮料(成都)有限公司开展“减少浓水排放”项目，浓水排放量每小时减少约45吨。华润怡宝饮料(长沙)有限公司继续实施生产线润滑系统由“水润滑”改为“干式润滑”，每月节约用水约100吨。上海麒麟食品有限公司继续开展落实集团重点关注的“液处理蒸汽冷凝水回收项目”。该项目通过安装一个集水箱手机蒸汽冷凝水，并把80℃的冷凝水利用热水格兰富水泵抽回锅炉房水箱，减少锅炉用水量及提高原水温度，同时减少锅炉加热耗煤量。目前该项目执行良好，每月可回收780吨水，节煤量为4吨，减少排放标煤3吨、减少排放二氧化碳7.75吨。 |

第九章：缔造可持续生态环境

综合能源消费量情况

2014年公司综合能源消费量累计约为2.04万吨标煤，同比增加0.39万吨标煤，增幅为24%。主要原因因为宁乡工厂、六安工厂等新建工厂相继投入生产或试产，饮用水产量相比2013年同比增加31%，能源消耗相应增加。

相比产量同比增加31%，能耗消费量(同比增加24%)相对而言呈下降趋势。公司各能源消耗种类及情况参见下表，其中，电力消费量占公司82.31%，煤炭占比11.78%，柴油占比5.50%。

| 能源类别 | 折合标煤 | | | |
|------|--------------|-----|-------------|---------|
| | 消耗数量 | 单位 | 数量(吨) | 占比(%) |
| 煤炭 | 3357790 | 千克 | 2398.47 | 11.78% |
| 电力 | 136393336.30 | 千瓦时 | 16762.74 | 82.31% |
| 汽油 | 71162.82 | 升 | 78.53 | 0.39% |
| 柴油 | 914666.52 | 升 | 1119.52 | 5.50% |
| 天然气 | 5117.00 | 立方米 | 6.81 | 0.03% |
| 热力 | 1980 | 千焦 | 0.000067518 | 0.00% |
| 合计 | | | 20366.07 | 100.00% |

污染物排放情况及简要分析

| 项目 | 单位 | 上年同期 | 本年实际 | 同比变化 |
|---------------------|----|-------------|-------------|------|
| SO ₂ 排放量 | 吨 | 18.5450 | 8.9660 | -36% |
| COD排放量 | 吨 | 5.6630 | 3.6570 | -37% |
| CO ₂ 排放量 | 万吨 | 109447.9070 | 144562.2203 | 31% |
| 氮氧化物排放量 | 吨 | 19.0399 | 10.1440 | -36% |
| 氨氮排放量 | 吨 | 0.4870 | 0.2910 | -50% |

注：华润怡宝12月(累计)污染物排放情况

以上几个项目排放量主要是饮料生产厂产生的，下降的主要原因是受饮料生产产量下降影响，以及持续开展节能减排工作取得的成效综合影响所致。

二氧化碳排放量为144562.2203万吨，为公司所耗能源折算值，同比增加31%。主要原因是公司饮用水产量同比增加，能耗相应增加所致，能耗增加幅度与饮用水产量增幅基本持平。

第九章：缔造可持续生态环境

3. 环保投资、研发与创新

华润怡宝严格遵循环境质量标准、污染物排放标准，新建工厂项目施工期间，产生的废水经沉淀池处理后循环使用，不对外排放；通过晒水降尘、封闭运输等措施，减少施工扬尘对环境影响；施工噪音通过选用低噪设备、合理安排施工时间等措施进行控制；同时加强节能管理及教育，实施科学管理和经济考核，定期对设备、管线进行检查与维护，以确保设备正常运行和大大减少能源浪费。

华润怡宝切实落实各项环保措施和对策，减免各种不利影响，加强环境管理，严格执行“三同时”制度，实现达标排放，并能被环境所接受。



4. 绿色采购

华润怡宝对某些会造成一定环境影响的新供应商均要求提供当地环保部门签发的《环境评估报告》及《环境评估验收报告》或《污水排放许可证》。资质筛选中，对无法提供环境评估相关文件的供应商，资质审核不予通过。

5. 世界水日

每年的3月22日是联合国确定的“世界水日”，旨在唤起公众的水意识，加强水资源保护。为了提高城市居民节水意识，增强全民用水的法律意识和法制观念，自觉地运用法律手段规范各种水事活动，自1994年开始，中国水利部将“世界水日”之后的一周确定为“中国水周”。

2014年，华润怡宝继续秉承“关爱”的品牌理念，积极践行企业社会责任，每年举办“世界水日”公益宣传活动，号召广大市民保护水生态，节约水资源，合理高效地利用水资源。

第九章：缔造可持续生态环境

（三）绿色办公

华润怡宝积极推行绿色办公，鼓励员工从点滴做起，养成良好习惯，倡导绿色办公，节约资源和能源，建设绿色舒适的办公环境。

采取的主要措施：

- 核算人均办公用品限额，尽量减少使用一次性用品。
- 使用办公信息系统，推广无纸化办公，鼓励使用双面打印和环保纸。
- 使用电子邮件代替纸质公文，已逐步实现无纸化办公。
- 推行采用视频会议、电话会议，节约差旅费用。
- 夏天使用空调时，最低温度控制在26度以上。
- 设立回收箱，加收废电池、旧书、旧报纸、旧电子产品。
- 张贴节水标识，推广应用节水龙头并定期检查维护。
- 张贴节电标识，办公区采用节能灯具照明，且做到人走灯灭，减少待机设备的用电能耗。
- 改善员工就餐环境，对员工食堂进行维护翻新，菜品多样化，丰俭由人。

附录

(一) 2015年展望

经济责任

- 密切跟踪宏观经济形势和行业趋势变化，开展行业对标，加强分析研究，增强快速反应和灵活应变能力。
- 深化精益管理，构建精益体系，推动生产精益、销售精益，持续进行精益管理的微小改善；严格控制成本费用，提升运营质量，打造行业竞争优势。
- 通过组织变革，实现三级矩阵管理落地；以协同为抓手，推动业务创新。

员工责任

- 加强人才培养工作，通过健全组织、提升能力、科学治理，强化队伍建设，达到愿／会／能。加强关键岗位序列梳理，完善员工职业发展通道，推进人才交流制度落地。
- 优化激励机制，持续推进全员绩效管理，搭建多层次、多维度、多手段、多结果的多元激励体系。
- 倾听基层员工诉求，开展困难员工帮扶，关注员工职业健康、心理健康。

客户至上

- 加强客户管理体系建设，积极应对投诉，提升产品和服务质量。
- 开展客户满意度调查，加强客户权益保护。
- 完善产品质量安全机制。
- 加大研发投入，推动品牌创新、产品创新、技术工艺创新。

附录

和谐共赢

- 加强华润怡宝社会责任理念在供应链的传播推广，继续落实签订廉洁协议、加强阳光采购工作，带动供应商及合作伙伴共同履行社会责任。
- 坚持“诚实守信”的价值观，恪守商业信用，反对不正当竞争。
- 恪守“华润十戒”，杜绝商业活动中的腐败行为。

环保安全

- 推进企业安全生产标准化达标工作。
- 积极推进节能减排工作
- 加强企业环境保护工作，加强项目建设中的环境评估、生态工作。

社会公益

- 在华润慈善基金会的统筹下，多渠道募集公益善款，开展救灾、扶贫、教育等慈善公益活动。
- 配合华润希望小镇项目组，积极参与希望小镇的建设工作。
- 持续开展“怡宝百所图书馆计划”。

责任管理

- 宣贯《华润集团社会责任管理办法》，增强全公司社会责任意识，提升社会管理能力。
- 推进社会责任与企业文化融合的有效途径，完善落地机制。
- 加强利益相关方诉求分析，听取意见，积极回应，以社会责任报告为抓手完善经营管理。
- 加强培训交流、案例编写、专题研究等工作力度。
- 加强社会责任评价考核，加强社会责任薄弱环节、继续完善社会责任组织体系。
- 梳理完善华润怡宝社会责任理念，提炼总结社会责任实践，促进社会责任内外部沟通与交流，加强社会责任知识的宣贯普及。

附录

(二)关键绩效表

| 关键绩效指标 | 单位 | 2012年 | 2013年 | 2014年 |
|-----------------------|----|-----------|-----------|-----------|
| 经济责任 | | | | |
| 资产总额 | 万元 | 200519.06 | 358398.54 | 434154.58 |
| 净资产 | 万元 | 124401.12 | 126100.19 | 158403.41 |
| 净资产收益率 | % | 8.3 | 11.5 | 37 |
| 营业收入 | 万元 | 387854.91 | 583514.23 | 785527.01 |
| 利润总额 | 万元 | 15569.56 | 20258.5 | 44740.48 |
| 净利润 | 万元 | 11972.26 | 14422.89 | 31567.77 |
| 总资产报酬率 | % | 6 | 6 | 3 |
| 纳税总额 | 万元 | 35091.96 | 51240.39 | 66838.54 |
| 社会贡献 | | | | |
| 员工总人数 | 人 | 5356 | 7998 | 9571 |
| 新增就业人数 | 人 | 47 | 2642 | 1573 |
| 员工责任 | | | | |
| 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 |
| 人均带薪休假天数 | 天 | 3 | 4 | 6.3 |
| 女性管理者比例 | % | 16 | 19 | 16 |
| 员工培训投入 | 万元 | 887 | 337.4 | 316.4 |
| 员工培训覆盖率 | % | 92.7 | 90 | 97.45 |
| 困难员工帮扶投入 | 万元 | 24 | 53.7 | 47.34 |

附录

| 关键绩效指标 | 单位 | 2012年 | 2013年 | 2014年 |
|----------------------------|----|-------|-------|----------|
| 客户责任 | | | | |
| 客户满意度 | % | 85 | 84 | 83 |
| 客户投诉反馈处理数占投诉数比重 | % | 100 | 100 | 100 |
| 责任采购比率 | % | 96.6 | 97.6 | 98.2 |
| 产品出厂合格率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 研发投入 | 万元 | 524 | 560 | 757.4462 |
| 研发人员数量 | 人 | 18 | 13 | 18 |
| 新增专利数 | 个 | 4 | 2 | 4 |
| 安全生产及环境责任 | | | | |
| 工伤事故发生数 | 次 | 6 | 7 | 10 |
| 员工死亡人数 | 人 | 0 | 0 | 1 |
| 安全培训 | 人次 | 4200 | 9854 | 9830 |
| 安全生产投入 | 万元 | 99 | 108 | 119.93 |
| 安全培训覆盖率 | % | 95.3 | 96.6 | 98 |
| 节能减排技术改造投入 | 万元 | 140 | 190 | 300 |

附录

(三) 指标索引

| 目录 | | 页码 |
|---------------|---|--|
| 前言 | 公司概况 组织架构 产品介绍 华润怡宝在2014 | 2 3 3 4 |
| 责任专题“1+1，书送爱” | 2014年“百图”活动概述 华润怡宝百所图书馆计划参与各方责任和行动 | 7 7 |
| 责任引领未来 | 依法治企、诚信经营 责任文化 组织与制度 工作机制 以编促管 | 13 14 15 17 21 |
| 维护股东权益 | 为股东创造价值 完善公司治理 管理提升 协同发展 保值增值绩效 | 26 31 33 36 37 |
| 重视基层、关爱员工 | 员工权益保护 员工成长 员工关爱 职业健康 | 39 41 44 48 |
| 为客户提供优质产品与服务 | 维护消费者权益 提升客户满意度 提供优质产品和服务 创新发展 | 50 52 54 55 |
| 与合作伙伴携手共赢 | 促进公平竞争 改善媒体关系 | 57 58 |
| 与社会和谐共存 | 政府责任 安全生产 慈善公益 社区共建 | 61 62 67 73 |
| 缔造可持续生态环境 | 绿色管理 绿色经营 绿色办公 | 75 77 82 |
| 附录 | 2015年展望 关键绩效表 指标索引 报告数据说明 本报告说明 报告编制小组 报告获取 意见反馈 | 83 85 87 88 88 89 89 90 |

附录

(四) 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。

(五) 本报告说明

本报告是华润怡宝饮料(中国)有限公司独立发布的社会责任报告。报告根据《华润集团社会责任工作管理办法》主要介绍华润怡宝开展的责任管理，履行对股东责任、员工责任、客户责任、伙伴责任、环境责任、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

华润怡宝社会责任报告为年度报告

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

中国社会科学院《中国企业社会责任报告编制指南》(CASS-CSR3.0)《华润集团社会责任管理办法》。

6. 报告称谓说明

“华润(集团)有限公司”以“华润集团”、“华润”、“集团”表示；

“华润创业有限公司”以“华创”表示；

报告中“华润怡宝饮料(中国)有限公司”以“华润怡宝”、“怡宝”、“我们”、“我司”、“公司”表示。

附录

(六) 报告编制小组

王成伟、向君、宋蓓、周素莹

(七) 报告获取



深圳市南山区高新技术产业园（北区）朗山路22号
华润怡宝饮料（中国）有限公司公司事务部 收

附录

(八)意见反馈

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告。为持续改进华润怡宝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0755-86620508。

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：