证券代码：000729　　证券简称：燕京啤酒　　公告编号：2009-007

北京燕京啤酒股份有限公司

2008年度社会责任报告

本公司及其董事、监事、高级管理人员保证公告内容真实、准确和完整，公告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

《北京燕京啤酒股份有限公司2008年度社会责任报告》是公司首次对外发布的社会责任报告，该报告真实、客观地反映了公司在从事经营管理活动中履行社会责任方面的重要信息。希望本报告能起到与社会各界沟通、交流的桥梁作用，能加强对本公司的认知，公司也希望接受社会的监督，促使公司做得更好。

一、综述

企业社会责任是指公司对国家和社会的全面发展、自然环境和资源，以及股东、债权人、职工、客户、消费者、供应商、社区等利益相关方所应承担的责任。

北京燕京啤酒股份有限公司（全文简称“燕京啤酒”、“公司”）规范运作、合规披露、依法经营，用20年的时间跨越了世界啤酒大型企业100年所走过的发展历程，成长为全国最大的啤酒企业之一。公司一直将保护利益相关者和履行社会责任作为进一步完善公司治理机制的一项重要内容，在实现自身经济发展目标、为广大股东带来丰厚回报的同时，全面贯彻落实科学发展观，认真履行社会责任，承担社会责任，诚信对待和保护其他利益相关者，推进环境保护与友好、资源节约与循环等建设，参与、捐助社会公益事业，实现自身发展与社会、社区、自然的全面协调可持续发展。

燕京啤酒总部是亚洲最大的啤酒生产厂，创造了多项行业第一：第一个全部采用露天发酵罐新工艺；第一个采用电子电脑控制生产工艺系统；第一个使用酶法糖化新工艺；第一个实验应用清爽型高发酵度酵母；第一个推行了国家12项重大科技成果……公司连年被评为全国500家最佳经济效益工业企业、中国行业百强企业。高品质的燕京啤酒先后荣获“第31届布鲁塞尔国际金奖”，“首

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

届全国轻工业博览会金奖”，“全国行业质量评比优质产品奖”,北京市质量管理奖、产品质量免检证书，并获“全国啤酒质量检测A级产品”，“全国用户满意产品”,“中国名牌产品”等获得多项荣誉称号。燕京啤酒被指定为“人民大会堂国宴特供酒”、中国国际航空公司等四家航空公司配餐用酒,1997年燕京牌商标被国家工商总局认定为“驰名商标”，2004年通过中国绿色食品发展中心审核，符合绿色食品A级标准。燕京啤酒先后获得 “国家环境友好型企业”、“北京市节约用水先进单位”、“全国设备管理优秀单位”、“全国食品安全示范单位十强企业”、“首届最具社会责任感企业”等等称号。2005年8月10日燕京成为国内首家北京2008年奥运会啤酒赞助商。

公司先后入选深证100指数样本股、沪深300指数样本股、深证成份指数样本股、中证100指数样本股、道深指数、道中指数。2004年12月，《新财经》提出了中国的“漂亮50”名单。2006年伊始，公司连续两次高分入选《新财经》“漂亮50”公司榜。08年6月，公司在“大众证券杯”活动中荣获“十佳最具成长前景上市公司”称号,同时公司董事会秘书刘翔宇也在继连续两届获《新财富》“金牌董秘”称号后，又一次被授予“投资者关系金牌董秘”称号，08年11月，在上交所和深交所的指导下，由中国上市公司投资者关系管理研究中心主办的“2008中国投资者关系年会”在北京举行，公司获得“年度投资者关系百强”称号。

2008年,公司坚持“质量第一、品牌为主”的发展战略，秉承“以情做人，以诚做事，以信经商”的经营理念，积极履行社会责任。公司为员工创造展现自己的平台，增加了广大员工福利及劳保投入；进一步加强和完善了与广大投资者、供应商、客户等相关利益群体间的沟通交流机制；用技术创新节能降耗，促进运营安全和环境保护工作，从未发生环境污染事故；以自身的影响力带动地方经济的发展；把“弘扬国家荣誉”为燕京啤酒2008年奥运宣传主题，企业形象宣传口号——“感动世界 超越梦想”承载了燕京啤酒对国家,对奥运,对人民的责任与感悟。报告期内，公司积极支持社会公益和慈善事业，先后向冻雪灾地区、四川汶川地震灾区、因难职工捐助了资金，认真履行了社会责任，取得良好的社会效应和市场好评，切实维护了公司相关利益群体的合法利益。

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

二、社会责任履行情况

（一）股东和债权人权益保护

1、股东权益保护

自上市以来，公司借助资本平台，坚持规范经营、诚实守信，取得了跨越式的发展。公司资产规模不断扩大，经营业绩持续增长，核心竞争力迅速提高，抵御风险能力也得到大大加强，为地方政府和社会的经济发展作出了较大的贡献。保障股东合法权益的最大化是公司不断追求的目标。

（1）不断完善法人治理结构

公司自上市以来不断完善法人治理结构，不断完善监督和约束机制，提高决策的科学性、准确性。按照《公司法》、《证券法》等相关法律法规以及上级监管部门的要求，公司建立了以公司《章程》为基础，以董事会议事规则、监事会议事规则等为主要架构的规章体系，形成了以股东大会、董事会、监事会及管理层为主体结构的决策与经营管理体系，并以“上市公司专项治理活动”为契机，持续深入开展治理活动，通过全面深入自查，及时发现公司治理过程中存在的问题，分析原因积极整改，不断提升公司治理水平，切实保障全体股东和债权人的合法权益。

公司股东大会、董事会和监事会运作规范、有序，定期披露和公告信息，自觉接受证券监管部门、证券交易所和社会投资者的监督，历次股东大会的提案、召集、召开程序都合法有效能够确保公司所有股东，特别是中小股东享有平等地位，能够充分行使自己的权利。在股东大会召开前，提案审议符合法定程序，能够确保中小股东的话语权；独立董事具有公开征集投票权，进一步维护中小股东权益。在股东大会上，对于涉及关联交易的重大事宜，大股东都进行了回避表决；专门安排与会股东的发言和交流时间；会议各项投票表决时，优先安排与会的中小股东监票；特别是有再融资等重大事项决策中采用网络投票制，鼓励中小股东现场或经过网络投票对相关的事项进行表决，并有方便中小股东参与决策的制度安排，切实保障中小股东参与股东大会、充分的享有参与公司经营管理的的权利；此外公司历次召开的股东大会都有具备从业资格的律师现场进行监督并发表专项法律意见。在2008年公司的四次股东大会中，出席会议股东持股总数分别达到公司有表决权股份总数的56.42%、72.3648%、74.5845%

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

和77.59%,通过网络投票参与公司其中三次股东大会决策的人数累计达883人次，投资者参与公司活动的热情进一步增加。

公司建立了防止大股东违规占用资金的长效机制，自上市以来，公司从来没有发生过关联方占用和挪用的情况，做到了资产、业务、人员、财务的完全独立。控股股东利用自己的主业独立发展，不需要也不能利用股份公司的资源。同时公司建立了内部稽核机制，对公司经济业务进行会计监督，加强内部审计，财务人员参与经济决策、合同谈判、款项支付审批，组织财产清查，有效地发挥会计监督职能。

随着公司经营规模的快速扩张、对外投资的增长，公司加强了对子公司的管理与控制，成立了专门的外埠审计财务部，进行财务监督审计；成立了外埠企业管理公司，在生产、管理、人员等方面进行统一协调、管理、整合，重点加强对子公司规范运作的管理和监控，以确保公司整体不出现违法违规问题。

（2）严格履行信息披露义务

信息披露是上市公司应履行的最基本的义务。公司按照法律法规的规定，严格履行信息披露义务，确保信息披露的真实、准确、及时、完整和公平，以利于公司股东和债权人及时了解、掌握公司经营动态、财务状况及所有重大事项的进展情况，真正做到对全体股东负责，让投资者真正了解公司，了解公司的投资价值，吸引并坚定投资者信心。

公司依据有关法律法规的规定，制定了《信息披露管理制度》、《重大信息内部报告制度》和《重大事件报告制度》等制度，明确公司及相关人员的信息披露职责和保密责任，在公司本部、公司及子公司之间形成顺畅的信息传递及反馈机制，同时将上市公司的规范性管理思想融入下属公司的日常管理体系中，使各子公司通过内部信息上报系统及时上报业务进展及重大事项，使公司能够严格按照有关规定，及时履行信息披露义务。

公司自上市以来就注意自律，信息披露做到及时、完整、规范、透明，并在做到严格执行信息披露相关规定的基础上，根据重要性原则，做好主动性信息披露，不存在选择性信息披露的情况。

上市后，公司的信息披露工作连续六年被深交所评为“优秀”。

（3）加强投资者关系管理工作

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

燕京啤酒一直非常重视投资者关系管理，与投资者保持着通畅、真诚的关系。公司成立了专门的投资者关系管理部门，制定了《投资者关系管理制度》等专门的制度，积极主动地进行投资者关系管理，并得到了市场的认同。

公司在日常事务管理中，设置了投资者专线电话、股东专用邮箱、公司网站留言版等联系方式，与广大股东进行深入、耐心、细致的沟通工作，努力展示公司良好的盈利能力、广阔的发展前景以及管理层的专业素质和经营管理能力，并听取广大投资者对于公司生产经营、未来发展的意见和建议。每年公司都会定期或不定期的组织投资者见面会等活动，把投资者“请进来”，由公司董事长直接与投资者交流，解答投资者的各种问题，将公司的经营模式、管理优势、发展规划和行业地位等向流通股股东进行推介。另外，公司还经常“走出去”，到各地参加基金、证券公司组织的一对一、一对多等各种形式的投资者见面活动，为投资者详尽地了解公司现状及发展前景提供了保障。在投资者关系管理中，能平等对待所有投资者，防止未公开重大信息泄露，杜绝针对不同投资者选择性披露的情形发生，

（4）真诚回报股东

公司在经济效益稳步增长的同时，重视对投资者的合理回报，积极构建与股东的和谐关系。公司在《公司章程》中明确股利分配政策，每年根据实际情况，制定并执行稳定的利润分配方案，自上市以来公司按照规定派发现金红利10次共计103,769万元，同时还进行了派送红股和资本公积金转增股本等分红方案，共计送转增股份59,679万股（含股改、送红股、公积金转增），给股东实实在在的回报，让广大的投资者充分的分享企业成长所带来的收益。2008年度公司拟每10股现金分红1.5元，拟分红总金额为1.8亿元。

2、债权人的权益保护

公司在注重对股东权益保护的同时，高度重视对债权人合法权益的保护，在经营决策过程中，公司严格遵守相关合同及制度，充分的考虑债权人的合法权益，及时通报与其权益相关的重大信息，保障债权人的合法权益，保证与相关方良好的合作关系，为公司的长远发展提供了必要的条件，并被中国农业银行北京市分行评为 AAA 级信用企业、中国建设银行北京市分行评为 AAA 级信用企业和中

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

国工商银行北京市分行 AA+级信用企业。

（二）职工权益保护

和谐企业是对社会全面负责的企业，和谐的劳动关系是和谐企业的根基。多年来，公司精心打造企业文化， “尽心尽力的奉献精神，艰苦奋斗的创业精神，敢打硬仗的拼搏精神，顾全大局的协作精神，为企业分忧的主人翁精神” 的五种燕京精神以奉献机制与激励机制相结合的分配模式，促进企业快速发展。公司坚持以情做人、以诚做事、以信经商的经营理念。员工们在和谐的劳动关系氛围中，自觉地做主人，把企业的共同目标都作为自己的个人目标。燕京啤酒能够用25年的时间从年产1万吨的小型啤酒厂发展成世界啤酒行业前10名，靠的就是企业与员工的和谐互动。

公司坚持"以事业留人,以感情留人,以机制留人"的用人机制，视员工为企业生存和发展最宝贵的资源，通过多种渠道保障员工利益，不断改善员工的工作环境、工作条件，为员工创造、提供广阔的发展平台和施展个人才华的机会，已成了敬业爱岗、公平竞争、尊重知识和人才的良好企业风气。

1、公司严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》、《公司法》及相关法律法规，加强劳动用工管理，实行全员劳动合同制，劳动合同签订率达到100%，并严格按照劳动合同管理条例规定执行，进行日常管理中的续订、终止、解除工作。公司为职工依法按时、足额缴纳各项保险费用，并依法制定并实施《公司职工带薪年休假实施办法》等内部管理制度，为员工提供了健康、安全的生产和生活环境，切实维护了员工的合法利益。

2、公司坚持贯彻安全第一的方针，认真执行安全生产责任制，设有专门机构负责安全管理，建立了过程管理程序和应急预案措施。公司推行安全生产责任制，各级领导签订安全管理目标责任状；对新招用的职工实行“先培训，后上岗”的三级安全教育培训制度，培训率达到100％；注重对员工安全教育与培训，根据工种、岗位需要，按期提供质量合格的劳动保护用品，不定期地对公司生产安全进行全面排查，并组织员工参加开展安全生产知识竞赛和消防安全应急处理和逃生演练，有效提高员工的安全生产意识和自我保护能力。公司数次获“安康杯”。

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

3、公司确保员工的身心健康，已通过了职工健康安全管理体系认证。公司要求新入厂员工必须体检合格，并每年为全体员工进行常规体检，发现问题及时复检、就诊，对女员工特别是处于“三期”的女员工实行特别保护，在作息时间、考勤管理上实现特殊待遇。公司在员工伤病、婚丧、困难时必到现场，体现了公司对员工的关心和人性化管理。

4、公司重视职工权利的保护，采取多种途径与员工沟通，构建和谐稳定的劳资关系。公司设有工会和职工代表大会，做到在面对公司重大事项和涉及员工切身利益等问题时，先听取工会和职工代表大会的意见，关心和重视职工的合理需求；依据《公司法》和《公司章程》等的规定，公司建立职工监事选任制度，确保职工在公司治理中享有充分的权利；公司还设立员工合理化建议箱，不定期召开员工座谈会，听取员工的意见和建议，了解其思想动态；《燕京啤酒报》成为搭建公司和员工沟通的桥梁，成为公司交流经验、展示成就、表彰先进、鼓舞士气的重要平台。

5、公司采取多种方法给予员工福利。除了按照国家和地方标准执行各种福利政策外，公司还建立健全了生活保障、探亲保障、食堂与住房保障、退休保障等体系，使员工在各方面都体会到“燕京大家庭”的温暖，充分调动了员工的积极性和创造性。另外，公司积极开展各项文化娱乐活动，开设图书室、阅览室、乒乓球室、羽毛球场等文化娱乐活动场所，并不定期举办技能比武大赛、演讲比赛、知识竞赛、摄影书法比赛、运动会、节日晚会、“燕京之星”等多种形式的文娱活动，在娱乐的同时提升员工的士气，增强员工的凝聚力和向心力。

6、多形式地开展员工培训。公司非常重视对员工的教育和培训，设有培训中心，每年都会针对不同层次的人才，分批、按需、有针对性组织培训。报告期内，公司采取对新员工的岗前培训，对业务骨干的管理能力培训，对领导干部素质提升培训等多种方式，使员工扩大视野，增长学识，提升素养。同时公司还通过聘用专业讲师、开展拓展训练、安排优秀的员工出国学习考察、到高校深造等方式，着力培育和打造企业员工职业生涯良好的发展通道。2008年，公司基本上实现全员参加培训。

（三）供应商、客户和消费者权益保护

1、高度重视反商业贿赂工作

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

公司成立了以董事长为组长的治理商业贿赂专项工作领导小组，在全公司范围内精心安排部署，统一思想，狠抓落实，对开展反商业贿赂工作进行了广泛动员，认真学习会议精神，专门制订了《公司治理商业贿赂工作实施方案》，明确各阶段工作目标和任务。会议要求对此项工作既要积极主动，又要稳妥慎重，处理好治理工作与其他工作的关系，突出重点，明确责任，层层健全机构，切实加强领导，确保治理工作有序、规范地进行。通过对重点项目、重点人员的自查、自纠，没有发现我公司存在商业贿赂和不正当交易的现象。为健全防治商业贿赂的长效机制，公司实行科学有效的绩效考核办法，加大对违法违规等案件及其责任人的查处追究力度，营造遏制不正当交易行为和反商业贿赂的良好内部环境。

2、产品质量和安全控制到位

食品安全是消费者的权益、食品企业的责任、法律的要求、食品贸易的绿色壁垒。多年来，燕京啤酒始终把产品质量放在首位，保证产品质量就象爱护自己的眼睛一样，公司秉承以先进技术生产精品啤酒的理念，从消费者的角度出发，把“以全优的质量取信于民，以独特的风味取悦于民，以诚挚的态度服务于民的质量宗旨”作为企业的质量宗旨，从生产源头抓起，规范采购流程，生产过程层层把关，把好每一个生产环节，真正做到了人人都是环境、人人重视产品质量、人人重视食品安全的良好氛围。

多年来，公司经过不断发展，形成了一套行之有效的质量管理和保证体系，并获得北京市质量管理奖、产品质量免检证书。公司主导产品啤酒采用了GB4927—2005优级标准，为了保证出厂产品的合格率，公司从原料、半成品到产成品都有严格的内控标准。公司以严谨的工作态度，科学的管理方式，采用世界最先进的生产设备、为广大消费者提供啤酒、饮料等优质产品，”燕京啤酒就是安全放心的产品”已经得到广大消费者认可。

公司早在1994年全行业首家通过ISO9002产品质量认证，1996年通过质量体系认证，2002年11月顺利完成ISO9001：2000版质量管理体系的换版工作（简称QMS）。2003年11月通过食品安全控制体系（简称HACCP）认证。2004年通过了企业标准化认证。2005年完成了食品质量安全QS认证。2007年，燕京技术中心检测室又通过了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）的认可。同时，公司还通过了ISO14001环境管理体系认证、国家绿色食品认证等多个体系认证。多个体系的建

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

立说明企业的内部管理更加系统化、规范化、科学化，使员工的质量意识、环境意识、安全意识以及综合素质得到了明显的提升。

公司建设了国家级科研中心，该中心拥有总价值1.6亿元的仪器设备。其中的啤酒全自动分析仪、气相色谱、液相色谱、离子色谱、质谱、原子吸收、二氧化碳分析等高精密仪器，可对啤酒的100多种风味进行组分，对啤酒中含有的17种氨基酸、18种有机酸和阴离子进行全面分析。燕京啤酒制造用水全部采自地面200米以下的天然优质矿泉水，并每周抽取水样检测，每月对水样进行原子吸收测试，检测水中的重金属含量情况。在生产环节，公司引进了具有世界先进水平的啤酒生产设备，并进行了吸收消化再创新。公司兴建的30万吨精品工程，全面实现了生产控制的自动化、无菌化、无人化。该工程应用了“无氧酿造”、“纯种酿造”等先进酿造技术，使啤酒的风味稳定性可保持4个月，达到国际先进水平。

在产品质量管理上，公司实行总经理领导下的总工程师负责制。公司主要质量管理职能部门为技术质量部。技术质量部下设质量检验处和6个技术处，质量检验处主要负责原材料、半成品、成品的检测和验收，技术 1-4处主要负责工艺文件、产品标准的编制和执行，技术 5处主要负责科研、新产品开发，技术6处主要负责外埠企业的技术质量管理。同时，公司在每个生产车间都配有技术主任，负责生产过程中的有关技术、质量管理。公司还在生产计划部设立了监控室，对公司本厂主要工艺、质量控制点和岗位进行24小时监控，负责对生产过程中可能出现的意外情况进行协调处理。公司始终坚持了质量一票否决制，授予质量管理和检验部门在发现质量问题时可先中断生产作业、后汇报的权力。由于严格的、行之有效的质量保证体系和措施，公司的产品在历次国家、省质量检测部门的抽检中均为合格产品。另外，公司还设有售后服务中心，负责收集经销商、消费者对公司产品的反馈信息和要求，处理产品质量纠纷。

公司在建立HACCP体系过程中，在良好的操作规范和卫生操作程序的基础上，对原材料采购、加工、包装、储存一直到销售的整个过程中的食品安全危害进行了现实评价，通俗一点，就是控制了原料的污染、加工过程的污染、包装污染、运输和储存污染以及销售过程中可能产生的污染。确保了食品安全。如原料中的大米，公司除对大米进行监测，判断其是否符合粮食卫生标准外，还对供应

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

商进行实地调查，关注种植基地环境的状况，保证采购的是绿色食品。通过科学严格的管理措施，有效的环境、质量和安全控制系统，使用清洁无害的原辅材料、清洁的能源、无污染及清洁生产工艺、少污染生产方式，生产出质量合格的高品质、无污染、低能耗、合格的绿色饮品。

为了及时了解市场需求并改进产品质量，在加强企业自身科技研发能力的同时，公司还注重借助“外智”。多年来，公司一直和科研院所保持密切的合作。公司与中国食品发酵所合作发出“酶法国产麦芽糖化”、“国产麦汁两段糖化新技术”等科研成果。在该所指导下，公司率先生产出清爽型啤酒，填补了国产啤酒的一项空白，至今燕京啤酒的清爽型啤酒销量居全国第一。通过与轻工设计院合作，公司首创了酵母保存添加技术。通过与江南大学合作，对当今国际啤酒界的难题—纯生啤酒泡沫稳定性进行研究，研制出蛋白质A抑制剂，填补了该领域国内空白。

自2002年起，公司围绕技术创新和质量管理的主题已在国内核心期刊《食品与工业发酵》、《啤酒科技》、《中国啤酒》等专业刊物上发表科技论文800余篇，其中有近二十篇获得了中国酿酒协会科技进步论文奖，五项研究成果填补了国内啤酒行业重点研究空白。2002年技术中心与中国食品发酵研究所合作承担了原国家经贸委国家技术创新计划“啤酒工业清洁生产技术及资源回收系统的开发”项目。2004年技术中心与东北农业大学合作承担了国家科技部火炬计划“低温挤压膨化啤酒辅料设备及其酿造啤酒工艺”项目。2006年承担了国家发改委技术中心创新能力建设专项 “循环经济与健康安全技术研发平台建设”项目。

公司还注重培养科研团队，以不断提高产品质量。一方面公司定向委派有实际工作经验的年轻员工到专业院所研修，一方面有计划地组织业务骨干到国外啤酒企业学习，了解新工艺和新设备，使企业科研团队保持稳定的竞争力。

目前，燕京啤酒已经拥有2个中国名牌产品和4个中国驰名商标，产品涵盖清爽型、纯生型、淡爽型、无醇型多个系列近100个品种。

（四）环境保护与可持续发展

燕京啤酒在创造经济效益的同时，始终坚持站在对社会极端负责的高度上，把环境保护、节约能源和加强循环经济建设当作企业的重要工作来抓，促进了社会效益、环境效益与经济效益协调发展。以循环、降耗、增效为重点的各项工作

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

的实施，使资源得到高效利用，能源消耗降低。公司多次被北京市政府评为绿色企业，被国家旅游局评为全国工业旅游定点企业，并被国家环保总局授予“国家环境友好企业”的最高荣誉称号。

1、严格实施环境管理体系，大力开展循环经济

公司将环境保护作为企业可持续发展战略的重要内容，注重履行企业环境保护的职责，把环境保护与节能减排工作当作企业的一项重要任务来抓。燕京啤酒2002年9月全行业首家顺利通过ISO14001环境管理体系认证，这是燕京啤酒对社会责任感的一个重要体现，是走向国际的绿色通行证，也是积极投入到支持北京2008年奥运会的一个实际行动。

公司一直坚持实施清洁生产，从最初的设计到最终的产品处置及服务都考虑了减少污染物的产生、排放和对环境的影响，能源资源和原材料的节约，废物的回收利用等，并通过设立目标、指标、管理方案以及运行控制对重要的环境因素进行控制，不但有效地节约了资源、能源和原材料，减轻生产工艺过程中污染物的排放，减少了各项环境费用，而且明显地降低了成本，不但获得环境效益，而且可获得显著的经济效益。

公司改善了“废气、废水、废渣”的处理，并把“三废”处理扩展到了能源和资源的节约。 水是啤酒生产中用量最多的原料，公司对啤酒生产中耗水量最大的制麦环节进行设备改造，提高了水的循环率，实现了四次利用，使水利用率由20%提高到95%，每年可节约用水10万立方米以上。在污水处理方面，燕京集团投资1亿元建成了全国同行业规模最大的污水处理厂，日处理污水4万立方米。之后，燕京集团又投资3000万元，引进了荷兰厌氧与好氧相结合的污水处理工艺，优化了处理效果，进一步提高了处理能力。为减少烟尘排放，公司从源头开始控制，采购低硫煤，从源头减少二氧化硫和烟尘的产生量，又将所有锅炉采用了国内最先进的文丘里麻石水膜除尘器，使烟尘排放指标低于国家规定标准。二氧化碳是啤酒发酵的重要副产品，公司引进国际先进技术建设了3套二氧化碳回收装置，既减少了排放，又创造了经济效益。公司还投资1200万元实施了蒸汽回收工程，提高糖化车间麦汁煮沸环节的热能利用率，降低麦汁冷却环节的耗能量。 另外公司对酒糟、废酵母进行了综合利用，除把废酵母制成饲料外，还从废酵母中提取核糖核酸，即对废酵母进行深加工，从废物中要效益，把废物变为资源。

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

通过实施环境管理体系，公司员工的环境意识得到提高，企业信誉得到了提高，增强了市场竞争力，减少了环境风险，环境管理的范围也逐渐从原料、生产扩展到服务过程。例如，销售五部负责的是北京地区高档市场的销售，他们规定酒店和宾馆把啤酒瓶回收到公司。这虽然是件小事，但从这样一个细节就可以反映出公司环境管理的力度和水平。

通过努力，公司在环境保护方面取得了骄人的业绩，圆满完成了环保部门下达的环保目标责任制指标。 2008 年，燕京啤酒公司及所属单位坚持以生态文明建设为重点，积极推行清洁生产，大力发展循环经济，均未出现重大环保事故、均未受到环保部门的处罚或被列入重点污染企业名单，为推动企业的可持续发展，创建资源节约型社会和环境友好型社会进行了不懈努力。在2008年度的融资工作中，公司的环境保护工作得到了国家环保总局和各地环保局的一致认可，取得了国家环保总局环函（2008）175号核准批文。

2、注重创新技改，点点滴滴节能

在日常工作中，公司大力倡导节约，加强对环保政策的宣传和教育，提高全体员工的环境意识,使广大员工自觉养成“节约每一张纸、每一滴水、每一度电”，“人走灯灭”等良好习惯。如用电上，公司推行峰段、谷段、平段用电法，平衡分配生产，既保证了产品供应，又降低了成本消耗。在生产管理中，公司通过设立“创新奖”、“技改奖”等多个奖项，鼓励全员小改小革，通过改变工艺方法，改进设备，提高原料、热能、电能的利用率。如在节电方面，除了采取“避峰就谷”措施外，公司应用了变频技术，在750多台运行负荷变化较大的电机上安装了变频器，，避免了无功损耗情况的发生。同时进行了低压回路项目改造，形成了3级电容补偿机制，年可节电400万千瓦时。

（五）公共关系和社会公益事业

在成长过程中,燕京啤酒集团得到了社会各界的支持,回报社会成为燕京啤酒集团从未中断过的工作。多年来，公司将“改革是根本出路，管理是永恒主题，创新是企业灵魂，顾客是衣食父母”作为企业方针，始终坚持在“发展民族工业、争创民族品牌”的同时，积极参加公益事业，追求最大限度地厚报股东，回报社会。

1、规范运作，推动经济建设

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

公司注重自觉遵守国家有关法律法规，依法纳税，主动接受并积极配合政府部门和监管机关的监督和检查。多年来，公司一直都是当地的纳税大户，不仅较好地推动了当地的经济建设，而且对当地企业产生了良好的带动作用。

2、安排就业，促进社会稳定

公司每年招聘大学生、退伍军人等新入厂员工，并培养他们走向生产、技术、销售、管理等岗位。2008年在中国遭遇经济危机，企业纷纷裁员的情况下，公司不但不裁员，还进一步提高了普通职工的待遇，促进社会的和谐稳定。

3、积极投身各项公益事业

燕京集团每年投资建设维修公路、公园、文化广场等公共设施；投资兴建小学、改造教师进修学校；连年举办燕京啤酒节；与首都见义勇为基金会签订了专项基金捐赠协议，累计捐赠250万元，促进首都的社会安定与和谐；据不完全统计，自1997年组建集团以来，燕京累计投资850万元用于教育助学，投资4300万元用于文体建设、2400万元用于公共事业。燕京回报社会的热忱得到了各级政府及中国慈善总会、北京慈善协会、市红十字弱智儿童中心、中国青少年发展基金会等多个社会团体的广泛肯定，并被评为全国首批“最具社会责任感企业”。

今年四川汶川大地震发生后，燕京集团发出“国家有难，人人有责，增强社会责任感和使命感”的倡导，公司及全体员工捐款捐物，缴纳特殊党费，累计向灾区捐赠款物1100多万元。6月6日，应是第17届燕京啤酒节，之前集团公司安排了大型庆典活动、大型开幕式及文艺演出、大型文艺晚会活动。汶川地震后，公司党委和董事会经过认真研究后，经上级有关部门批准，今年的燕京啤酒节不再搞大型庆祝活动，不再搞开幕式，不再搞大型文艺演出，不再搞邀请社会各界和经销商代表到燕京欢庆节日活动，将省下的资金再次捐往灾区200万元，用于灾区人民抗震救灾，重建家园。由于燕京在四川南充建立了自己的啤酒企业，公司将100万元委托四川燕京公司向当地政府进行捐款，另外100万元再次通过中国红十字会捐献给四川灾区人民，全力以赴支持灾区抗震救灾，重建家园。为了解决灾区人民和救灾人员的饮水问题，公司紧急安排矿泉水厂加班加点生产，组织了6000箱、价值10.5万元的燕京瓶装矿泉水，运往地震灾区……

4、服务奥运，为中国干杯

燕京集团多年来一直支持大众体育事业的建设，如资助顺义体委建设看台、

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

赞助全国大学生运动会、设立体育基金，还有最让大家津津乐道的赞助休斯敦火箭队……奥运会是竞技体育的最高舞台，在“更高、更快、更强”体育精神的鼓舞下，百年奥运汇聚了全人类最优秀的运动员，也集中展示着全世界最著名的品牌。燕京啤酒成为北京2008年奥运会国内啤酒赞助商，意味着燕京啤酒通过了全球最高标准的品质验证。牵手奥运，也标志着燕京迈上了国际化市场的新起点。“感动世界，超越梦想” 的企业形象宣传口号，承载了燕京对国家、对奥运、对人民的责任感与感悟，由此引申的“燕京啤酒，为中国，干杯!”喊出了消费者的心声。

在二十多年艰苦的实践过程中，燕京人将最初的创业精神丰富为“尽心尽力的奉献精神、艰苦奋斗的创业精神、敢打硬仗的拼博精神、顾全大局的协作精神、为厂分忧的主人翁精神”的五种燕京精神。这与五种奥运精神，即“为国争光的爱国精神、艰苦奋斗的奉献精神、精益求精的敬业精神、勇攀高峰的创新精神、团结协作的团队精神”也是相通的。

直接参与到奥运会中，为北京奥运做贡献，是燕京啤酒期待已久的目标。作为2008北京奥运会赞助商中唯一一家北京企业，燕京以强烈的社会责任感，肩负起神圣的历史责任，支持北京奥运,服务北京奥运,促进社会和谐稳定，义不容辞地支持祖国的体育事业发展。与单纯的商业营销活动不同，公司的奥运营销活动带有鲜明的自主品牌意识和社会责任意识，燕京集团选定“弘扬国家荣誉”为2008年奥运宣传主题，诸多的营销活动直接助力北京奥运会。如为北京奥运会、残奥会和“好运北京”系列测试赛提供全方位的服务；赞助北京女排，成为国家体育总局水上运动中心和中国皮划艇队的官方合作伙伴；为鼓励中国水军在08奥运赛场上争金夺银抢铜，公司承诺重奖在北京2008奥运会上获得优异成绩的中国奥运水上健儿；燕京集团投资购置新型扎啤机、派出300多名员工进入北京奥运村服务奥运；组织员工参与圣火在厂区内的光荣传递；出资1300多万元为首都治安志愿者订做了71万套服装……当穿着印有燕京和奥运标识T恤衫的志愿者，出现在北京的大街小巷，群防群治，维护北京治安环境，打造平安奥运，成为一道流动的亮丽风景，充分展示了“新北京、新奥运、新燕京”的良好形象。

公司的爱心付出和无私资助，得到了社会和职工的普遍赞誉，企业劳动关系更加和谐，职工向心力和企业凝聚力大大增强，经济效益持续增长，保持了稳定

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn

发展的良好势头。2008年，公司品牌价值已达223.85亿，其中：“燕京”品牌价值达到153.86亿元，“漓泉”品牌价值32.09亿元，“惠泉”品牌价值25.20亿元，“雪鹿”品牌价值12.70亿元。

三、公司继续履行社会责任的计划

公司在履行承担社会责任方面做了大量务实的、富有成效的工作，也取得了一些成绩和各方好评，但公司知道企业社会责任是一个长期任务，是一个系统化的工程，公司目前的社会责任履行状况与国家、社会发展的要求，与《深圳证券交易所上市公司社会责任指引》的相关规定仍存在一定差距，在公司对环境保护、社会公益事业及企业社会责任宣传等方面仍需要进一步加强。

公司将继续按照“六个创新”和“四个做强”战略方针，进一步借助奥运东风，用强大的科技力量和世界一流的生产设备，用清爽宜人的啤酒和优质的服务，用“感动世界、超越梦想”的品牌主张，用和消费者形成情感交流和互动的贴心活动，不断发展和壮大燕京品牌，实现企业跨越式发展，为中国啤酒业做贡献，尽企业应该尽到的社会责任，促进本公司、本行业乃至全社会的和谐发展。

北京燕京啤酒股份有限公司

二〇〇九年四月二十七日

cninf 中国证监会指定信息披露网站 巨潮资讯网 http://www.cninfo.com.cn