

证券代码：000729

证券简称：燕京啤酒

公告编号：2010-007

北京燕京啤酒股份有限公司

2009年度社会责任报告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2009年是全球经济受金融危机影响较为严重的一年，中国作为全球最大的啤酒消费市场，国外啤酒企业的不断进入和国内啤酒企业的扩张都加剧行业的竞争。在这种形势下，北京燕京啤酒股份有限公司（全文简称“燕京啤酒”、“公司”）保持了强劲的发展势头，取得了显著成绩，各项经济指标均实现了两位数以上的增长，处于同行业领先水平，并保持上升态势。2009年，公司品牌价值已达229.52亿，其中：“燕京”品牌价值达到157.49亿元，“漓泉”品牌价值33.24亿元，“惠泉”品牌价值25.90亿元，“雪鹿”品牌价值12.89亿元。

《公司2009年度社会责任报告》是以公司2009年工作为重点，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的重要信息，是本公司落实科学发展观，把社会责任融入企业的发展战略和经营管理、参与构建社会主义和谐社会的自觉行动，将有利于推动与社会各界的广泛沟通和交流，促进公司持续健康发展。

一、综述

经营理念：以情做人、以诚做事、以信经商

燕京精神：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、为厂分忧的主人翁精神

企业方针：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

质量宗旨：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

人才战略：以事业留人、以感情留人、以机制留人、

工作作风：严、细、紧

环境方针：

遵纪守法，清洁生产

合理酿造，防治污染

节能降耗，保护资源

绿色管理，持续改进

清爽燕京，怡人甘泉

共同创造，美好家园

（一）公司概况

公司用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。

燕京啤酒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。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，是国内首家北京2008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。

（二）企业社会责任管理

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，将其视为企业公民应尽的基本义务，要求所有机构及员工在业务活动及社会活动中均充分开展，严格履行。

2009年，公司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。

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

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

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《股票上市规则》等有关法律法规的要求，不断健全公司制度体系、完善法人治理结构、诚信规范运作，维护了投资者和公司利益。公司治理的实际情况与上市公司规范性文件的规定和要求相符。公司董事会每年度都审议并披露《内控制度自我评价报告》。

2009年度，公司按照证监会、交易所的规定和公司实际情况，修订了《公司章程》、《股东大会议事规则》等文件。

（2）定期召开股东大会

公司历次股东大会的提案、召集、召开程序都合法有效，积极采用网络投票制，安排与会股东的发言和交流时间，聘请律师现场进行监督并发表专项法律意见等等方式，确保公司所有股东特别是中小股东享有平等地位，充分行使自己的权利。

2009年，公司共召开两次股东大会，其中年度股东大会和临时股东大会各一次。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67.70%、58.63%，股东参与公司活动的热情进一步增加。

（3）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。上市后，公司的信息披露工作七次被深交所评为“优秀”。公司目前依据有关法律法规的规定，已制定了《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。2009年，公司修订了《信息披露管理制度》，对公司信息披露进一步细化。

2009年度，公司共发布包括定期报告、获得高新技术企业公告、认购非公开发行股份解除限售公告在内的28份公告，做到了信息公开、公平。

(4) 加强投资者关系管理工作

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。

具体内容：2009 年，公司投资者关系管理部门一如既往地坚持每天以热线电话和投资者专用电子邮箱形式及时地向国内外投资者、分析师、财经报刊传递有关公司战略和业绩等信息，共通过电话方式回答投资者提问 700 余次，通过邮件及交易所在线答疑系统回答投资者问题近 100 个。其次，公司还与投资者进行了大量的面对面交流，年内共接待了约 330 人次的投资者。其中包括：来公司现场调研人员约 190 人次，基金见面会共计 6 场约 120 人次，09 年 5 月 20 日召开大型投资者见面会活动约 20 人参加，通过解答投资者的大量问题，把公司的经营模式、管理优势、发展规划、行业地位、发展前景等向广大投资者进行介绍。

社会认可：

09 年 4 月，公司董事会秘书获得《新财富》“第五届新财富金牌董秘”称号；

09 年 5 月，由中国上市公司市值管理研究中心、清华大学中国金融研究中心、证券时报、经济观察报、新浪网联合主办、香港特许秘书工会协办的第三届中国上市公司市值管理高峰论坛活动中，公司董事会秘书获得“2009 中国资本市场最佳创富 IR”；

09 年 6 月，在《证券时报》主办的“2008 年度中国上市公司价值评选”活动中，公司荣获“2008 中国上市公司价值百强”奖；

2009 年 8 月，第三届中国上市公司市值管理高峰论坛会议评出了 2009 年中国资本市场最佳创富系列奖，公司董事会副总兼董秘刘翔宇荣获“2009 中国资本市场最佳创富 IR 奖”。

这些荣誉，反映了公众对公司投资者关系方面所作工作给予的充分肯定。

(5) 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121,923万元，仅现金分红比率就占归属于母公司净利润的40%以上，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。2009年度公司拟每10股现金分红1.6元，拟分红总金额为1.94亿元。

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 级信用企业和中国工商银行北京市分行 AA+级信用企业。

（二）职工权益保护

1、关爱职工职业发展

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。

2、重视职工权利的保护

公司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。

3. 完善薪酬体系

公司依法制定并实施《公司职工带薪年休假实施办法》等内部管理制度，根据不同管理岗位的职责，以及行业相关岗位的薪酬水平，制定方案并监督实施。

4、给予员工多种福利

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。

5. 确保员工的身心健康

公司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。公司领导在员工伤病、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。

6、多形式开展员工培训

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。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。2009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

公司成立反商业贿赂领导小组，组织全体员工专题学习、研究，认真分析新形势下商业贿赂情况及其危害，充分认识治理商业贿赂的必要性、重要性和紧迫性。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，公司不断完善法人治理结构，建立健全各项管理制度，进一步加强财务资金管理、合同管理、内部稽核

管理和风险控制管理，构筑坚固有效的防治商业贿赂的城墙。

2、产品质量和安全控制到位

公司秉承以先进技术生产精品啤酒的理念，始终把产品质量放在首位，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，公司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，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。

质量管理和保证体系：多年来，公司形成了一套行之有效的质量管理和保证体系，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。

产品卓越特点：

燕京啤酒采用纯天然矿泉水酿造（国家四部委认证），锶含量高，饮后回味有泉水般的甘甜；

现代化啤酒制作装备：溶解氧控制最好、PO值控制最好、燕京啤酒总部为亚洲最大的啤酒生产厂、代表中国啤酒业装备的最高水平；

优质酵母菌种：典型高发酵度、苦味代谢柔和，1990、1995行业评酒标准；
保鲜期长达4个月：保存4个月的酒和刚下线的一样新鲜，达到国际最高水平；
通过中国绿色食品发展中心审核，符合绿色食品A级标准。

研发力量雄厚：公司建设了国家级科研中心，还注重借助科研院所的“外智”，与中国食品发酵所合作研发出“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。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。

科研成果丰富：公司围绕技术创新和质量管理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。

食品安全有保障：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，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”。

多项荣誉：纯天然优质矿泉水酿造的高品质燕京啤酒先后荣获“第31届布鲁塞尔国际金奖”，“首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”。

公司被评为全国食品安全十强企业，连续3年被评为中国企业形象AAA级单位，燕京啤酒集团连续4年荣获北京市质量管理先进奖，并获得北京市质量管理奖、产品质量免检证书。“燕京啤酒就是安全放心的产品”已经得到广大消费者认可。

（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

公司一直坚持实施清洁生产，2002年9月在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。

水循环利用方面：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。

烟尘处理方面：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。

二氧化碳回收方面：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。

蒸汽回收方面：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。

其他变废为宝方面：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。

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。2009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。

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，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，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。

（五）公共关系和社会公益事业

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

作为经济建设的主体，企业有责任也有义务为国家财政提供支持，创造更多的财富，为社会和谐稳定做出贡献，这也是企业经营最重要的任务之一。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，为国家做出了较大贡献。

2、安排就业，促进社会稳定

企业是社会的细胞，是社会稳定的基础，应创造更多的劳动就业岗位。在经济效益提升的情况下，公司还切实关心职工生活，不断提高职工生活水平，2009年进一步提高了普通职工的待遇，使全公司3万余名员工都有稳定的工作岗位和收入来源，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；公司捐款捐物500余万元，用于对非典的预防和救治工作；公司还每年向各地灾区捐款捐

物……特别是2008年，燕京啤酒集团单位和个人共为地震灾区捐款816.8万元，公司还决定当年不再搞一年一度的啤酒节开幕式，不再搞大型文艺演出，不再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。同时，公司紧急安排矿泉水厂加班加点生产，组织6000箱、价值10.5万元的燕京瓶装矿泉水，运往地震灾区。公司在四川新设立的子公司四川燕京啤酒有限公司向南充捐助100万元用于灾后建设。南充市委副书记、市长高先海代表南充人民接受了这笔捐款。据不完全统计，自1997年组建集团以来，燕京累计投资近1000万元用于教育助学，投资5000余万元用于文体建设、3000万元用于公共事业。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”。

4、支持体育事业，为中国干杯

体育与啤酒，天然不可分。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、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……燕京啤酒2005年8月10日正式成为北京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，“感动世界，超越梦想”的品牌主张，“为中国干杯”的宣传口号，承载了燕京对国家、对奥运、对人民的责任感与感悟。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，保持了稳定发展的良好势头。

三、公司继续履行社会责任的计划

2009年，公司在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，但社会责任履行状况仍需进一步提高。

公司将在今后的经营管理中，进一步遵守社会公德、商业道德，接受政府和社会公众的监督。在进一步追求经济效益、保护股东利益的同时，进一步积极保护债权人和职工的合法权益，诚信对待供应商、客户和消费者，积极从事环境保护、社区建设等公益事业，用强大的科技力量 and 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，促进本公司与全社会的和谐发展。

北京燕京啤酒股份有限公司

二〇一〇年二月二十七日