



2022年度 可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT



东鹏饮料(集团)股份有限公司
EASTROC BEVERAGE(GROUP)CO.,LTD.

CONTENTS

目录

关于本报告	02	品质创新 携手行业共进
董事长致辞	04	匠心品质 创新驱动
关于东鹏饮料	06	供应链管理 经销商协作
可持续发展管理	16	消费者服务

01 规范治理 坚守诚信经营

治理结构	22	环境管理	49
信息公开	24	绿色生产	50
党政建设	24	包材管理	54
合规运营	25	绿色供应	55
反舞弊与反腐败	26	绿色办公	57
信息安全	27		



02

品质创新 携手行业共进

匠心品质	30
创新驱动	34

04

以人为本 打造幸福职场

员工雇佣	62
员工沟通	63
培训与发展	65
健康与安全	69
员工关怀及文化建设	71

未来展望	84
------	----

附录	86
----	----

03

绿色发展 建设美丽家园

环境管理	49
绿色生产	50
包材管理	54
绿色供应	55
绿色办公	57

05

回馈社会 守护民生福祉

搭建公益平台,用心点亮明天	75
支援医疗建设,助力乡村振兴	76
携手共克时艰,传递能量关怀	78
爱心汇聚,共建美好社会	82



关于本报告

报告简介

本报告是东鹏饮料（集团）股份有限公司发布的第二份可持续发展报告。秉承客观、规范、透明和全面的原则，报告详细披露了2022年度东鹏饮料为实现可持续发展采取的实践举措以及取得的成效。

报告范围

时间范围：报告的时间范围是2022年1月1日至2022年12月31日。为增强报告的可比性和完整性，部分内容相应前后延展。

组织范围：如无特别说明，本报告覆盖东鹏饮料及其子公司（具体详见东鹏饮料2022年年度报告）。

报告发布周期

本报告为年度可持续发展报告，每年度发布一次。

编制依据

本报告依照上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》，主要参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）《全球可持续发展报告标准》（GRI Standards）、联合国可持续发展目标（SDGs）以及中国社会科学院《中国社会责任报告指南（CASS-ESG 5.0）》。

信息来源

本报告所采用的信息与数据均来自于公司的统计报告或公开文件，报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

称谓说明

为便于表达，“东鹏饮料（集团）股份有限公司”也使用“东鹏饮料”“公司”“我们”等称谓表示，公司下属单位称谓使用详见释义。

释义项	释义内容
海鹏	东鹏饮料（集团）股份有限公司海丰云莲天然水厂
徽鹏	安徽东鹏食品饮料有限公司
莞鹏	广东东鹏维他命饮料有限公司
华鹏	广东东鹏饮料有限公司
增鹏	广州市东鹏食品饮料有限公司
桂鹏	南宁东鹏食品饮料有限公司
庆鹏	重庆东鹏维他命饮料有限公司
湘鹏	长沙东鹏维他命饮料有限公司
浙鹏	浙江东鹏维他命饮料有限公司
东鹏基金会	深圳市东鹏饮料公益基金会

数据说明

如无特别说明，本报告中所涉及的货币金额以人民币作为计量币种。

报告获取与反馈

本报告以中、英文版本发布，当两种语言有歧义或冲突时，请以中文版为准。获取电子版报告请登陆上海证券交易所网站 <http://www.sse.com.cn/> 及东鹏饮料网站 <https://www.szeastroc.com/>。

若对报告有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。

联系人：东鹏饮料董事会办公室

地址：广东省深圳市南山区珠光北路88号明亮科技园3栋

电话：0755-26980181

电子邮箱：boardoffice@szeastroc.com

董事长致辞

让更多人爱上中国能量，共赴可持续发展未来

过去的2022年是注定不平凡的一年，党的二十大胜利召开，擘画了全面建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图。放眼全球，气候变化加剧、国际局势动荡……面对诸多挑战，可持续发展仍然是国际社会的重要议题。

作为中国能量饮料行业领跑者，东鹏饮料在加速发展的同时，不忘商业向善的初心，不断深化可持续发展管理，携手消费者、投资者和合作伙伴，走出了一条属于东鹏饮料自己的奋进之路。

踔厉奋发，实现品牌价值攀升

快速发展正当时，行业地位彰显

2022年，公司实现营业收入同比增长21.89%，归属上市公司股东的净利润同比增长20.75%。根据尼尔森IQ^[1]数据显示：在中国能量饮料市场，东鹏特饮销售量以36.70%的市场份额继续位居市场第一，销售额以26.62%的市场份额稳居市场第二。

全国化发展加速，深化扩展终端渠道

公司持续推进全国化发展战略，不断提升终端形象布建，加大冰柜战略性投放，加强渠道体系建设。报告期内，合作的经销商数量从2,312家增加至2,779家，增长比例达到20.20%。经销商覆盖全国33个省级行政区、333个地级行政区，地级城市覆盖率达到100%；截至本报告披露日，全国活跃终端网点已超过300万家。

产品持续创新，打造第二增长曲线

我们通过洞察消费趋势，不断推进产品升级及产品创新，陆续推出东鹏气泡特饮、东鹏补水啦和生榨油柑汁等产品，构建多元化产品矩阵，不断培育新品，持续提升产品力。

消费者心智占领，构筑品牌护城河

公司持续与各大媒体展开合作，通过高频次的硬广投放提升品牌传播广度与深度；成为央视总台顶级足球赛事合作伙伴，广告累计触达24.17亿人次，覆盖全国2.64亿人，持续展示民族品牌的力量，也进一步提升了品牌知名度和美誉度。

凝心聚力，打造可持续发展生态

东鹏饮料作为一家在能量饮料行业具有影响力的企业，持续倡导和全方位践行可持续发展理念。2022年，我们紧紧围绕公司发展战略，坚持对公司可持续发展工作进行提升，在公司治理、品质与创新、绿色发展、员工关怀、产业共赢以及社会公益等方面秉承可持续发展理念，凝心聚力推动公司实现高质量发展。

合规治理，坚守诚信经营

这一年，我们遵循各项法律法规，持续健全各项规章制度；深化合规体系建设，优化业务流程；积极完善内部监察机制，持续践行诚信文化，保证企业长远发展。

匠心品质，创新赋能发展

我们始终以“质量为先”作为发展的第一要务和核心竞争力，强化食品安全管理，铸造坚实的品质管控机制，以匠心精神打造每一款产品；同时，我们坚持创新驱动战略，不断提升研发创新能力，积极推动研发成果转化和应用，延续公司在行业的领先地位。

践行低碳，绘就绿色画卷

这一年，我们继续响应国家“双碳”政策，坚持人与自然和谐发展的理念，致力于减少生产运营对环境生态造成的影响。公司加强对废弃物管理，所有污染物100%达标排放并合规处理；切换使用更易于回收的PET产品标签；通过生产节能技术、光伏发电及储能技术等创新举措，积极推进节能减排，东鹏饮料以实际行动推进绿色可持续发展。

凝心聚力，携手员工成长

员工成长是促进东鹏饮料发展的不竭动力。这一年，东鹏管理学堂五大分院独立运营，共开展20个人才培养项目，30个建制班级，在班培养人数超过3,000人次。我们秉持“为员工搭建事业平台”的使命，为员工搭建广阔的发展平台，实现企业和员工的共同成长。

产业共赢，彰显企业情怀

这一年，我们持续跟上游的供应链和下游的经销商渠道商协作，追求合作共赢；持续进行油柑汁产品和潮州单枞、云南普洱等无糖茶产品深度开发，促进当地农业规模化种植；带动产业链上下游协同发展，提升当地农户收入与就业水平，为乡村振兴贡献企业的一份力量。

和谐至善，构筑美好社会

注重企业发展的同时，我们积极履行企业公民的社会责任，给社会温暖的回馈。这一年，我们通过援助西部医疗、支持乡村体育教育、救灾和扶贫助困等方式，彰显东鹏饮料企业担当，对外捐赠及公益项目的总投入达4,550万元，为构筑和谐美好社会不断努力奋斗。

携手同行，共谱高质量发展篇章

2023年，我们将坚守“为消费者提供健康功效饮品、为员工搭建事业平台、为股东创造合理回报”的企业使命，继续与消费者、投资者、经销商、供应商、员工等利益相关方一起携手共进、凝心聚力，努力创造经济、社会和环境的综合价值。

作为功能饮料民族品牌，我们将秉持“让奋斗者拥有拼搏的能量”的企业愿景，践行“简单、诚信、协作、拼搏”的企业价值观，努力打造中国能量饮料第一品牌，努力成为一家有韧性、可持续并且能够为社会创造价值的优质企业。



东鹏饮料集团 董事长



关于东鹏饮料

数说2022

经济绩效

营业收入 **85.05亿元** 净利润 **14.41亿元** 基本每股收益 **3.60元** 资产总额 **118.70亿元** 纳税总额 **11.04亿元**

创新绩效

研发投入 **4,375.48万元** 2022年新增授权专利 **10项** 品类、工艺、包装 **3大维度创新**
累计获得授权专利 **78项** 满足多样化需求提升产品力

环境绩效

环保投入 **3,864.88万元** 三废排放达标率 **100%**
单位产量温室气体排放量
较去年同比下降 **8.57%** 单位产量耗电量
较去年同比下降 **6.64%**
单位产量耗水量
较去年同比下降 **22.00%** 单位产量天然气耗用量
较去年同比下降 **11.03%**

社会绩效

员工数量 **8,482人** 员工直接培训人数 **3,000+** 员工培训总时长 **145,528小时** 捐赠及公益项目总投入 **4,550万元**

治理绩效

荣获2022年度董事会之“星”
最佳上市公司董事会
2022绿色可持续发展贡献奖
上市公司2021年报业绩说明会最佳实践
获得信披A级评价

派发2021年度现金红利 **60,001.50万元**
拟分配2022年度现金红利 **80,002.00万元**

投资者交流活动 **88场**, 覆盖 **300万人次**

企业概况

公司介绍

东鹏饮料(集团)股份有限公司于2021年5月27日在上海证券交易所主板上市，股票代码：605499，股票简称：东鹏饮料。

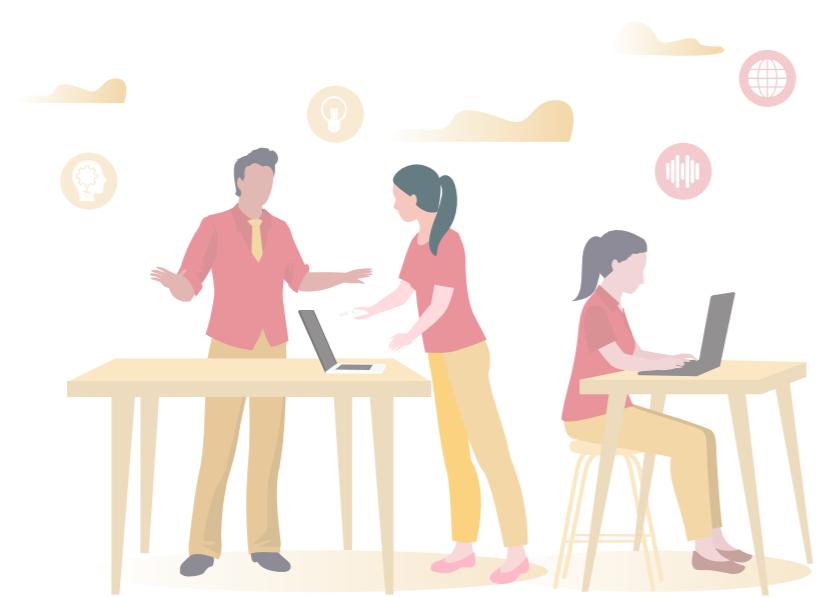
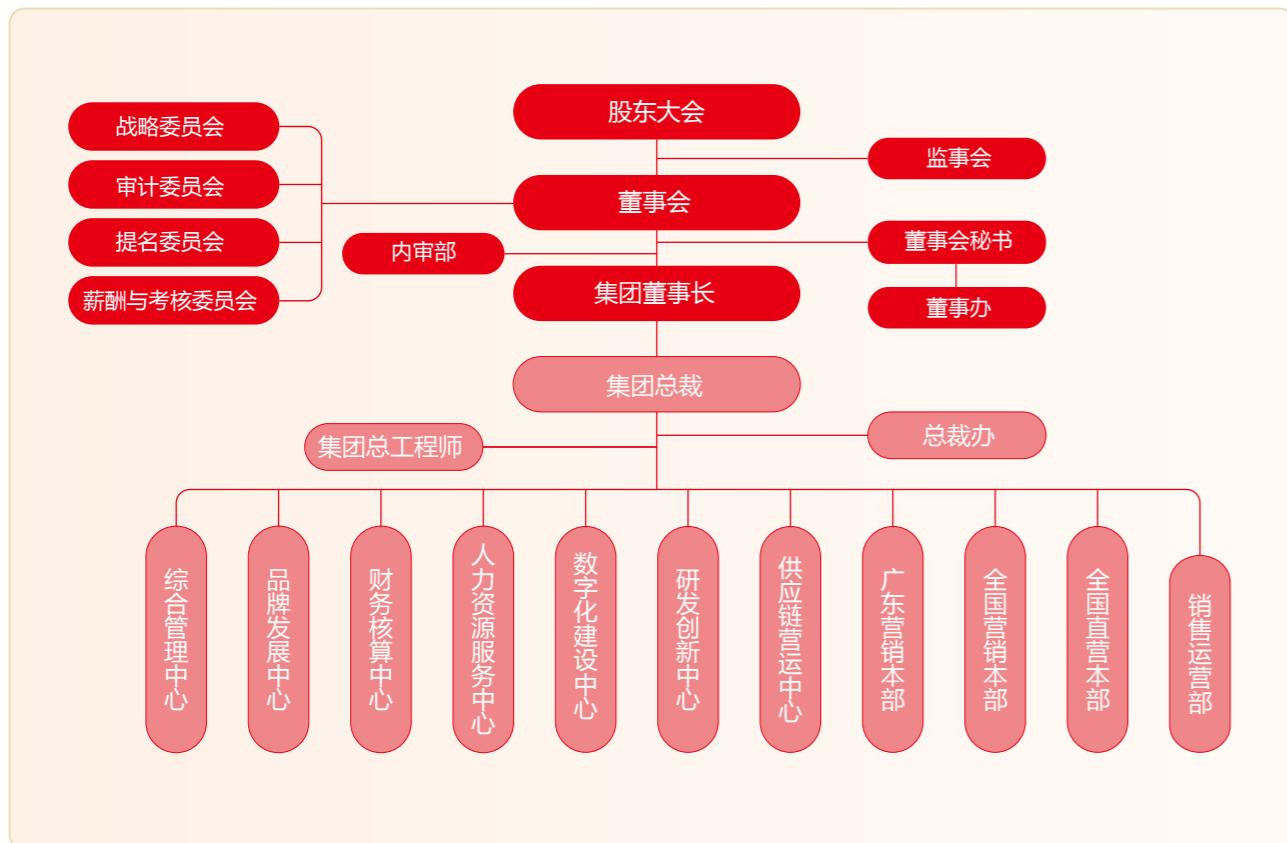
公司主营业务为饮料的研发、生产和销售，产品主要包括东鹏特饮、东鹏大咖、东鹏补水啦、东鹏气泡特饮、由柑柠檬茶、东鹏0糖特饮、陈皮特饮、东鹏天然水等。公司深刻洞察饮料行业消费趋势，不断推进产品升级与产品创新，逐步构建多元化产品矩阵，满足日益延展的消费场景和多元化的消费需求。经过多年努力，公司成功塑造了广大消费者熟知的品牌“东鹏特饮”，以“累了困了喝东鹏特饮”为核心，坚持场景化的品牌心智占领，助力品牌成为“累困”时刻的第一联想，不断巩固能量饮料的功效教育，成为中国能量饮料的民族品牌符号。

根据尼尔森IQ数据显示，东鹏特饮于2021年、2022年连续两年成为中国能量饮料市场销售量最高的能量饮料，2022年东鹏特饮销售量以36.70%的市场占比继续位居国内能量饮料市场第一；销售额以26.62%的市场占比稳居国内能量饮料市场第二。其中，500ml金瓶特饮跃升到国内饮料单品销售额排行榜第四位，展现出了强大的产品竞争优势。

我们持续将领先的信息技术融入我们的业务经营中，以数智化赋能整个价值链。我们构建了贯穿全业务流程的数智化管理体系，不断提升我们在产品生产、市场营销和渠道管理的精细化水平，从而最大限度地提升我们的运营效率。目前，公司已形成辐射全国主要地区的生产基地，其中已建成投产增城基地、华南基地、东莞基地、安徽基地、南宁基地、重庆基地、海丰水厂等七大生产基地，同时，长沙基地、衢州基地正在积极推进建设中，公司前瞻性布局全国化产能为未来市场的稳定发展提供了良好的保障。



组织架构



企业文化



企业核心价值观



简单

因为信任，所以简单
因为简单，所以高效
简单相处，用心做事



诚信

赢得最佳诚信雇主
成为最优诚信伙伴
成就最好诚信员工



协作

有人负责我配合
没人负责我负责



拼搏

拼一把，成就自我价值
搏全力，达成车鹏目标

聚焦2022 所获荣誉及认可

企业荣誉

获深圳市企业联合会、深圳市企业家协会颁发的“2022年深圳500强企业 - 第136位”

荣获2022年度董事会之“星”、2022中国上市公司口碑榜——最佳上市公司董事会

获2022国际绿色零碳节“2022绿色可持续发展贡献奖”

上榜《每日经济新闻》评选的“2022中国食品饮料上市公司品牌价值榜 TOP50”第10名
及“2022中国食品饮料行业最具影响力十大品牌”

获广东省食品行业协会颁发“2022年度广东省食品行业名牌产品”、“2022年度广东省食品行业优秀新产品一等奖、二等奖”

获广东汕尾红海湾经济开发区民政局颁发“仁善集团”荣誉称号，获得由中国职工发展基金会颁发的先进单位荣誉证书，
中共卫辉市委、卫辉市人民政府、深圳市疾病预防控制中心等机构颁发的捐赠感谢函

获中国上市公司协会颁发“上市公司2021年报业绩说明会最佳实践”

获姚基金颁发的“2022战略合作伙伴”称号、获《公益时报》颁发“2022中国慈善榜年度慈善榜样”

获中国国际广告节 AD Fair 组委会 & 广告主盛典组委会颁发的“2022年度整合营销金案”、“年度消费品牌 - 数字化创新奖”

获浙江广电集团、深圳广播电影电视集团等各单位及机构颁发的“年度荣耀品牌合作伙伴”等称号



品牌认可

BRANDZ™
Top 100 Most Powerful Brands

入选凯度BrandZ™

最具价值中国品牌100强
第83位

HURUN
胡润中国
500强

2022年
胡润中国500强
第175位

Chnbrand

荣登权威机构Chnbrand^[2]
中国品牌力指数
功能饮料前三



[2]Chnbrand：“中企研（北京）品牌顾问股份有限公司”的简称。

聚焦2022 锻造民族品牌竞争力

产品持续创新

推出东鹏气泡特饮

王者荣耀职业联赛官方指定能量饮料



推出东鹏补水啦

快速补充电解质，就喝东鹏补水啦



推出生榨油柑汁

健康无添加，大餐喝油柑，嗨吃无负担



推出常温由柑汁

两种油柑王炸搭配，打造功能型果汁饮品



全国化渠道拓展



2,779家经销商



300万+终端商户

2022年，公司继续深化及扩展终端渠道，用数字化平台链接终端商户，通过形象建设、消费者活动、广促品吸引消费者购买；持续进行冰柜战略性投放，抢占饮品陈列制高点。截至报告期末，公司共有2,779家经销商，截至本报告披露日，销售网络覆盖全国超300万家终端商户；经销商覆盖全国33个省级行政区、333个地级行政区，地级城市覆盖率达到100%。



聚焦2022 锻造民族品牌竞争力

放大品牌声量，传递品牌价值

2022年，东鹏饮料通过深度植入《破事精英》《遇见璀璨的你》《幸福到万家》《冰雨火》四部热剧、《天赐的声音》《勇往直前的我们》等综艺节目，以及冠名韩红首次线上演唱会，实现高频次的硬广投放，并通过高速公路、地铁等线下交通网络的风暴式品牌传播，持续占据消费者心智。



彰显青春力量，弘扬体育精神

2022年，东鹏特饮先后成为杭州亚运会、王者荣耀KPL职业联赛的官方指定功能饮料，并连续两年作为霹雳舞国家队的战略合作伙伴，牵手“HHI世界街舞锦标赛”中国赛事，与舞者和年轻人实现深入互动。此外，借势四年一度的FIFA世界杯，东鹏特饮再度荣任央视总台顶级足球赛事合作伙伴，赢得更多体育运动爱好者的好感。



公司推出的东鹏补水啦成为NYBO青少年篮球赛、BSK篮球争霸赛官方指定电解质饮料，借势马拉松运动提升知名度，聚焦汗点场景、运动渠道，强化品类认知。



聚焦2022 基地建设全面提速

目前，公司加快全国化产能布局，其中已建成投产增城基地、华南基地、东莞基地、安徽基地、南宁基地、重庆基地、海丰水厂等七大生产基地，同时，长沙基地、衢州基地正在积极推进建设中。



长沙基地

- 2022.03.04，长沙基地取得项目合规部分单体工程规划许可证。
- 2022.03.23，长沙基地取得项目合规部分单体施工许可证。
- 2022.11.09，长沙基地生产车间完成主体封顶。



衢州基地

- 2022.03.31，衢州基地举办奠基典礼，项目正式开工。
- 2022.05.20，衢州基地通过规划审查并取得项目工程规划许可证。
- 2022.05.24，衢州基地取得项目一标段施工许可证。
- 2023.01.10，衢州基地整体土建结构全部结顶。

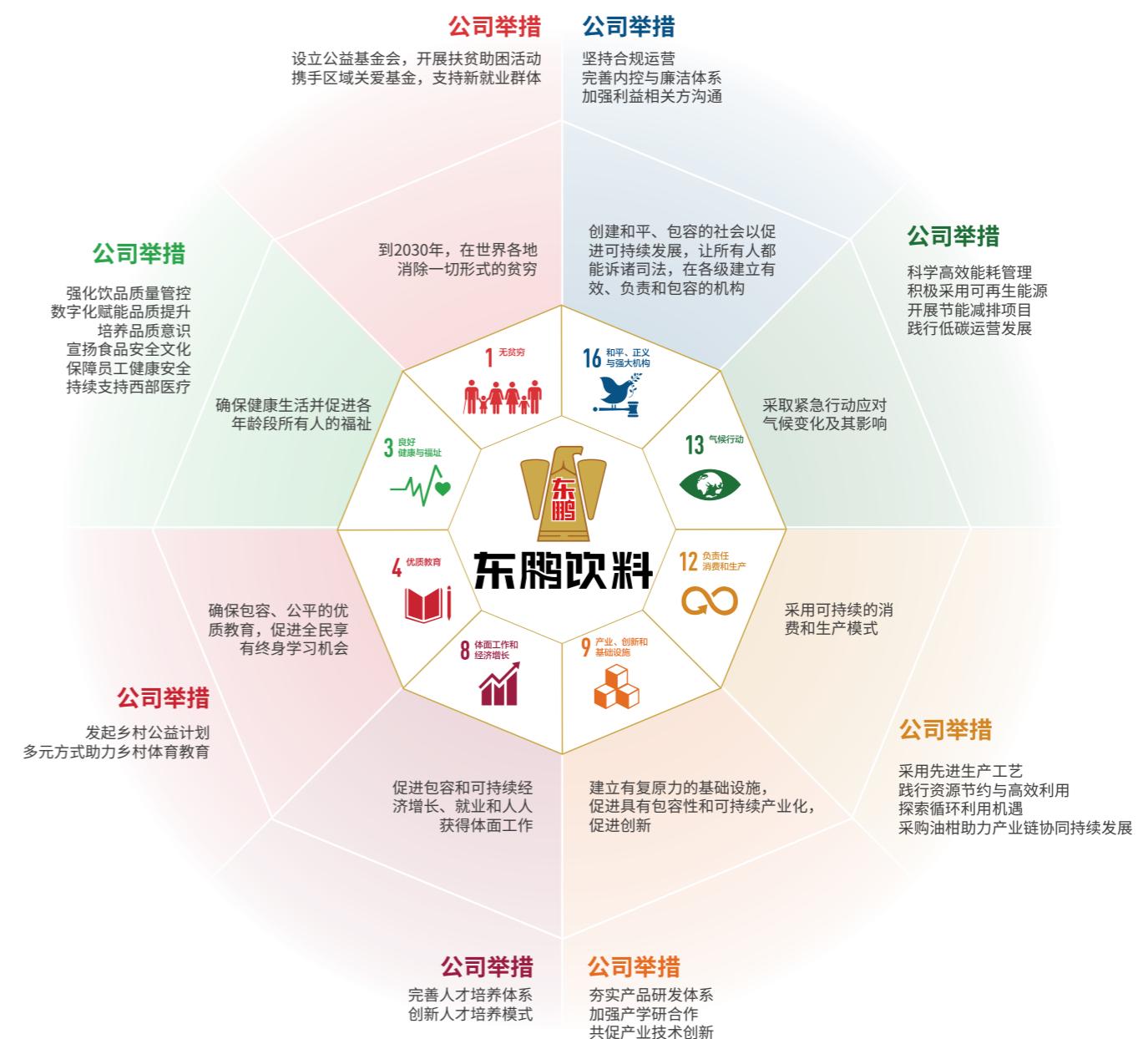


可持续发展管理



可持续发展目标

我们始终追求商业价值与社会价值的共同繁荣，以联合国可持续发展目标（SDGs）为指引，结合业务实际，我们将履行社会责任这一义务融入企业战略与管理之中，全方位践行可持续发展理念。



利益相关方沟通

我们秉持“简单、诚信、协作、拼搏”的核心价值观，积极关注各利益相关方的期望与诉求，同利益相关方建立紧密联系，并不断完善企业文化、企业战略规划与运营决策，以实现可持续发展管理能力和绩效表现的全面提升。

利益相关方	关注重点	沟通及表现形式
 消费者	<ul style="list-style-type: none"> 安全、健康功效的产品 完善的客户服务 	<ul style="list-style-type: none"> 品质领先战略 产品可追溯制度 产品质量安全文化 满足消费者多元化需求 消费者多渠道沟通
 股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> 保障出资人权益，投资回报 创新发展及可持续增长 规范治理与稳定经营 防范经营风险 投资者保护 	<ul style="list-style-type: none"> 公司年报及公告 与投资者召开现场调研会议 参加投资者电话沟通会议、网络会议 产品研发与创新
 政府与监管机构	<ul style="list-style-type: none"> 引领行业发展 守法合规 依法纳税 	<ul style="list-style-type: none"> 依法合规经营 按时足额纳税 严格审计，腐败零容忍 在指定网站定时披露信息
 供应商与合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> 遵守商业道德、诚实守信 推动产业链健康发展 互利共赢、共同成长 反腐败 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商准入及管理制度 廉洁采购政策 推行绿色采购 数字化管理
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 福利与权益 员工成长与发展 职业健康与安全 	<ul style="list-style-type: none"> 薪酬福利健全 保障合法雇佣、同工同酬 晋升通道，职业培训 东鹏管理学堂人才培养 生产安全管理 员工关怀及文化建设
 社会	<ul style="list-style-type: none"> 积极回馈社会 扶贫助困，社会关怀 公益慈善 媒体沟通 	<ul style="list-style-type: none"> 扶贫助困，社会关怀 携手韩红爱心慈善基金会，支持西部医疗 共克时艰，能量守护 关爱青少年体育教育 倡导文明健康生活
 环境	<ul style="list-style-type: none"> 减少污染 资源节约 生态保护 应对气候变化 	<ul style="list-style-type: none"> 完善能源管理体系 发展绿色产业链 水资源循环利用 逐步引入光伏发电 倡导低碳节能

实质性议题分析

我们依照《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》，参考《全球可持续发展报告标准》(GRI Standards)、《中国企业家社会责任报告指南(CASS-ESG 5.0)》和联合国可持续发展目标(SDGs)，结合行业特性与公司实际情况，识别对公司可持续发展影响重大、利益相关方密切关注的实质性议题。



规范治理 坚守诚信经营

依法经营、合规运营是公司实现可持续发展，推动行业共赢的基础。公司在落实 ESG 理念的同时不断优化完善公司治理，规范董事会建设，加强企业的内部控制，并采用严格的商业道德准则进行自我约束，力求为股东、投资者等利益相关方创造可持续的长期商业价值。

本章所响应的 SDGs



治理结构

报告期内，公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等有关法律法规，结合公司实际情况，建立健全公司各项管理制度，不断提高公司治理水平，促进公司规范有序发展。

公司股东大会、董事会、监事会按照《公司章程》赋予的职责，行使各自的权利，履行各自的义务，建立健全科学规范、有效制衡、高效运作的公司治理体系，有效保障公司持续稳健发展。

股东和股东大会

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》等有关规定，规范股东大会召集、召开、表决等程序，确保公司所有股东、特别是中小股东享有且充分地行使法律法规和《公司章程》赋予的权利，从而有效维护股东权益。

2022年，公司共召开年度股东大会**1**次，临时股东大会**2**次。

董事和董事会

董事会对股东大会负责，董事会会议的召集、召开、表决等程序均符合相关规定的要求，公司董事会下设审计、提名、薪酬与考核、战略发展四个专门委员会；董事会及各专门委员会严格按照《公司章程》和各专门委员会议事规则的规定履行职责；历次董事会会议记录保存安全，内容真实、准确、完整；会议决议做到充分准确且及时披露。

2022年，公司共召开**7**次董事会议、**5**次审计委员会会议、**2**次战略发展委员会会议、**2**次薪酬与考核委员会会议、**1**次提名委员会会议。

2022年，女性董事占比董事会人数为**1/3**。

监事和监事会

根据《公司章程》的规定，公司监事会由三名监事组成，其中一名为职工代表监事，人数和人员构成符合法律法规的要求。监事对股东大会负责，对公司财务以及公司董事、高级管理人员履行职责的合法性进行监督，维护公司及股东的合法权益。公司监事会会议的召集、召开、表决等程序符合《公司章程》《监事会议事规则》的规定。

2022年，公司共召开**6**次监事会会议。

管理层

截至2022年底，公司设有**7**位高级管理人员，管理层由管理、金融、财务、品牌、营销等领域专家组成，团队拥有丰富的行业背景及经营管理经验，协助公司把握市场机遇、高效经营管理。

2022年，女性高管占比管理层人数为**3/7**。

三会规范运作



公司股利分配

- 2022年3月21日，东鹏饮料2021年年度股东大会作出决议，以**400,010,000**股普通股为基数，向全体股东分配2021年度利润，每**10**股派发现金红利**15**元（含税），共计派发现金红利**60,001.50**万元。
- 2021年5月27日至2022年12月31日，公司共进行**2**次利润分配，合计派发现金红利**120,003.00**万元。
- 2023年公司拟分配2022年度现金红利**80,002.00**万元。

经营管理体系

2022年，为了适应业务的快速发展，公司从战略制定、组织绩效、流程建设、人才梯队等方面，进行管理体系的全面升级。



信息公开

信息披露

公司严格按照有关法律法规及公司的《信息披露管理制度》的要求，通过中国证监会指定披露渠道，真实、准确、完整、及时地披露有关信息，持续提升信息披露的质量和透明度，确保所有股东公平、及时了解公司情况，为其投资决策提供参考。

2022年，公司对外发布定期报告**4**项，临时公告（含公告编号）**71**项。

2022年，公司在“沪市主板上市公司2021至2022年度信息披露工作评价”中，获得**A级**评价。

投资者交流

公司提供了丰富便捷的沟通渠道，通过电话、电子邮箱、投资者关系互动平台、公司官方网站“投资者关系”专栏、业绩说明会等渠道，积极与投资者进行沟通交流，实现良性互动，建立和维护良好的投资者关系。



电话热线



媒体采访



业绩说明会



网站“投资者关系”专栏



投资者关系
互动平台



电子邮箱

2022年，公司组织参加**88**次路演、行业策略会、电话交流、投资者开放日等投资者交流活动，触达投资者逾**2,000**人次；并通过上证路演中心开展了**3**场业绩说明会，覆盖投资者**300**万人次；同时对“上证e互动”平台的**66**条投资者问题进行解答。此外，公司还获得由中国上市公司协会颁发的“**上市公司2021年报业绩说明会最佳实践**”奖项。

党政建设

东鹏饮料于2019年成立党支部，为增强党组织的凝聚力、战斗力，促进协会及会员单位党建业务双融合，公司着力构建行业党委对企业党组织指导、帮扶工作的常态化，构建行业协会与会员单位“党建共建，共同提升”党建工作的新格局。

案例

2022年7月8日，中共广东省食品医药行业联合委员会书记带领党委部分党支部书记、党员及省食品行业协会秘书处全体员工到协会会员单位东鹏饮料（集团）股份有限公司开展党建共建活动。



合规运营

公司以符合经营发展需要的合规管理模式，落实各项业务活动及流程，通过建立完整且运行有效的内部控制体系，加强监督监察和评价工作；积极完善内部监察机制，开展廉洁教育等培训工作，持续营造诚信文化，构建廉洁企业。

合规治理

合规体系

持续深化合规体系建设，覆盖人力资源、社会责任、企业文化、资金活动、募集资金使用和管理、采购业务、资产管理、销售业务、研究与开发、工程项目、财务报告、信息披露管理、预算管理等各关键业务流程。

制度规章

公司遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《企业内部控制基本规范》《上海证券交易所上市公司内部控制指引》及其他使用的配套指引等法律法规的要求，持续健全各项规章制度，制定《内部控制与风险管理制度》及其配套管理流程。

监管部门

内审部：负责公司年度合规审计、日常合规行为调查等。
法务部：负责公司合规事件法务层面的协同处理。

内控体系

公司设置内审部，在董事会审计委员会领导下独立行使职权；作为日常办事机构，按照有利于事前、事中、事后监督的原则，专门负责对公司经营活动和内部控制执行情况的监督和检查，并出具专项审计报告。公司通过日常和定期内控梳理、整改和评价，实现业务运营风险与合规缺陷的及时全面识别和有效整改，降低业务运营风险。

2022年，公司进一步加强内部控制与风险管理体系建设，识别生产及经营所涉及的业务流程风险，并采取相应措施对发现的问题及风险进行控制及整改，整改完成率达**100%**。

合规培训

公司组织了覆盖内控、风控、审计、监察、法务等多个业务模块的相关合规培训，例如《内部审计与风控管理实务》《企业内部审计》《识别风险内部审计知识培训》《劳动法律培训》《商标法律培训》《经营管理流程培训》等相关合规培训，进一步加强了合规管理，有效提升员工风险防控意识，为企业可持续发展提供有力保障。

2022年，公司共举办了**4**场法律相关线上、线下培训，参与培训人数合计近**1,170**人；公司组织流程培训共计**67**场，员工受训达**1,964**人次，培训课时达**100**小时。



反舞弊与反腐败

诚信文化建设

公司高度重视诚信经营，建立健全反贪腐制度。2022年新修订并严格执行《员工手册》《纪律处分管理制度》《管理干部基本行为准则八条》，严禁职务侵占、商业贿赂等违规违纪行为；明确员工行为准则及公司各项规章制度；定期组织关键岗位员工进行廉洁从业谈话，并签订《员工廉洁承诺书》，组织采购人员进行廉洁宣誓，强化员工的行为规范及诚信意识。此外，公司下发《关于规范礼品管理的通知》并持续进行廉洁宣传，提醒员工拒绝收受各利益相关方的礼品及礼金馈赠。

我们积极在全公司范围开展诚信合规宣贯工作，定期组织反贪腐培训、舞弊事件查处通报等活动；对各职能部门、营销本部、生产基地等关键岗位员工开展廉洁恳谈，提升全员廉洁意识，持续促进公司诚信文化建设。



反舞弊体系建设

公司坚持公平竞争、诚信廉洁，恪守并强化正确的商业道德导向，建立健全反舞弊体系。我们秉承“阳光诚信，舞弊零容忍”的工作原则，持续强化内部监察体系，制定了《投诉举报管理办法》，确保公司业务公平、公正、透明。

公司已设立专门的举报渠道，鼓励内外部利益相关方对任何有疑似违法、违规或不正当的行为进行举报，并对举报人信息严格保密，视情况对举报人进行奖励。内审部负责对各类合规情况进行审计，联合相关职能部门对举报事件进行调查处理。公开的举报渠道包括邮箱、电话等，内部员工也可通过企业微信举报违反廉洁自律、舞弊等行为。

反舞弊尽职调查

公司按照风险管理制度管控采购与销售风险，完善采购与销售的反舞弊合规管理。2022年，公司对经销商、供应商开展全面尽职调查工作，及时对存在的问题和风险提出整改建议和意见，对重点经销商、供应商开展现场走访工作。公司与外部合作伙伴签订的合同包含廉洁条款，并签署《商业合作廉洁协议承诺书》《审计承诺函》等，保障双方的合法权益，反对任何商业欺诈。我们在年度供应商大会、经销商大会持续宣贯反舞弊理念，提升合作伙伴合规意识，共筑诚信正直的合作关系。对于出现违反《廉洁协议》规定的合作伙伴，根据违反的严重程度进行处理，直至淘汰。

信息安全

信息安全管理体系建设

安全制度 在信息安全部流程制度建设方面，公司依据 ISO/IEC 27001:2013 信息安全管理要求以及 GB/T22239-2019 信息安全部网络安全等级保护等要求，制定并正式发布了涉及信息安全部风险管理、应急管理以及运行管理等多种类别的 31 份信息安全部管理制度。在应急管理方面，公司制定并发布了《网络与信息安全管理方法》，其中包括了威胁发现、启动应急响应及处置等详细的应急管理流程。

制度培训 2022 年，公司共开展信息安全部培训及信息安全部测评 7 次，集团总部信息安全部培训覆盖率达 90% 以上，并将培训内容以视频形式纳入全员必学内容。

专项审计 2022 年，公司按照信息安全部年度审核计划完成了“信息安全部合规审计”、“信息安全部基线审计”等 8 项信息安全部审核，并根据平台、软件版本更新，及时相应调整，业务系统年度审查完成率达到 95%，安全部漏洞扫描率 100%，漏洞修复率达 98% 以上，个人信息泄露事件为 0。

技术升级 构建了数字化办公空间，提升了数据安全统一管控能力；采用了业界领先安全保护系统，增强了内部整体信息安全部安全防护能力；以降低风险扩散范围为导向，对数据中心网络架构进行细分区域网格化升级，为建立科学规范的信息安全部治理框架奠定了基础；采用了云联网、SDWAN 等主流组网技术，确保公司网络可用性达 99%。

未来一年，公司将动态地从全局视角，构建对安全威胁的发现识别、理解分析、响应处置的平台，并实现对关键业务系统中网络异常、应用性能异常和网络行为异常的秒级发现，以及区分异常原因的智能回溯分析，提升对关键业务系统的运行保障能力和问题处置效率。

品质创新 携手行业共进

东鹏饮料始终秉持“质量为先”，严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《保健食品注册与备案管理办法》等法律法规，遵循严格的品控流程，依托可靠的数字化信息系统，为消费者提供健康功效饮品；我们在保证品质的基础上不断创新，持续构建更多元化的产品矩阵，巩固公司在行业中的领先地位；同时我们将可持续发展理念融入供应链管理，以“互利共赢”的态度与供应链伙伴共同成长，努力构建更具韧性的可持续供应链。

本章所响应的 SDGs



匠心品质

质量保障体系可持续发展

东鹏饮料从深化产品全生命周期质量管控、打造先进的数字化产品追溯体系、夯实风险预警质量管控三个维度开展食品安全管理，构建完善的品质管控机制，实现从原料筛选到产品终端供应每个环节的分析、管控、预防，向消费者提供健康功效饮品。

- 建立先进的 SAP/WMS 等数字化信息系统；
- 实现产品一物一码的追溯信息系统；
- 实现从原料到产品售后全过程的可追溯体系，强化全过程质量安全管理与风险控制能力。



产品追溯管控机制

东鹏饮料梳理、完善产品追溯信息链，形成规范化的追溯系统，保证追溯覆盖 **11** 个关键工序，约 **20** 个环节，实现产品链关键质量追溯信息 **100%** 覆盖，建立质量追溯信息化管理系统，通过采购、销售、生产基地三个层级，从策划、承接和执行三个步骤，定期进行产品追溯有效性的三级验证，确保公司产品 **100%** 可追溯。

公司结合国家《食品召回管理办法》，建立《产品召（撤）回控制程序》，健全产品召回机制，明确召回启动流程、信息传递、召回实施流程以及后续的分析与改进要求等。2022年东鹏饮料旗下产品实现出厂合格率 **100%**。

追溯信息覆盖全产业链



11 个工序
约 **20** 个环节



2022年，东鹏饮料产品**0**次召回。

工业智能化赋能品质

2022年，东鹏饮料快速投入智能化产线标签检测机等各类设备约 **50** 台，改变产品外包装标签的人工肉眼抽检方式，调整为智能化设备 **100%** 逐瓶检测，有效实现无标签等各类包装异常产品 **100%** 剔除，并提高工序质量实时追踪，实现了工业智能代替人工。

- 实现无标签等异常产品 **100%** 剔除
- 提高工序质量信息的智能化追踪能力
- 节约人力成本约 **663** 万元/年



食品安全质量认可

东鹏饮料各饮料生产基地 **100%** 获得 ISO22000 食品安全管理体系认证认可，**100%** 满足 HACCP 体系要求。



供应商质量管理

东鹏饮料建立《供应商质量管理规范》，从通过供应商筛选、审核、评审判定合格供应商的新供应商管控机制，到日常品质跟踪、年度考核和评审动态监督，建立多方位多角度供应商质量管控流程。

东鹏饮料凭借行业影响力，定期与供应商开展质量技术交流及质量辅导，助力提升行业质量技术水平。



与佛山合信技术交流



与三水森盛技术交流

质量与食品安全文化

东鹏饮料为加强质量文化宣传，赋能全体员工，2022年面向全员开展《食品安全体系知识》《危害分析和关键控制点》主题培训 12场，时长合计 400+ 小时，参与人数合计 200+ 人次，举办“食品安全质量推行月主题活动”，开展食品安全知识竞赛、食品安全宣传等一系列文化宣传活动，并编制《供应链知识手册 - 质量卫生篇》，要求全员学习。

东鹏饮料为加强食品安全质量风险防控，建立完善的食品安全法规标准和风险识别、风险排查、法规宣贯及落实机制，为加强员工的食品安全法规和质量意识，每月发布《食品安全信息简报》，每周发布《食品资讯一周热文》。



增鹏体系提升系列专题培训



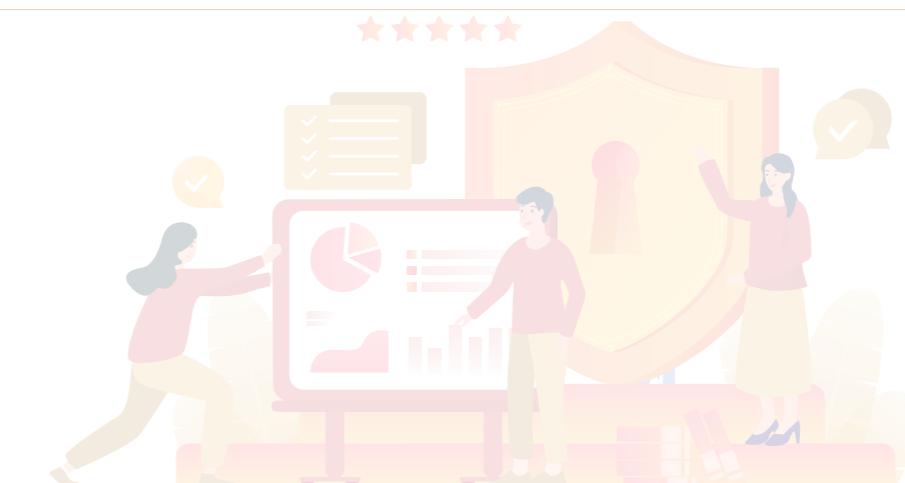
桂鹏体系提升系列专题培训



2022 2022年第9期(总第9期)
Food safety and quality information briefing

品质人才专项培养

2022年，东鹏饮料供应链学院以“铸造高质量品质队伍，坚定守护产品质量防线”为初心，实施“铸盾计划”，为公司培养约300名品质干将，推动“全员、全过程、全方位”的全面质量管理机制。



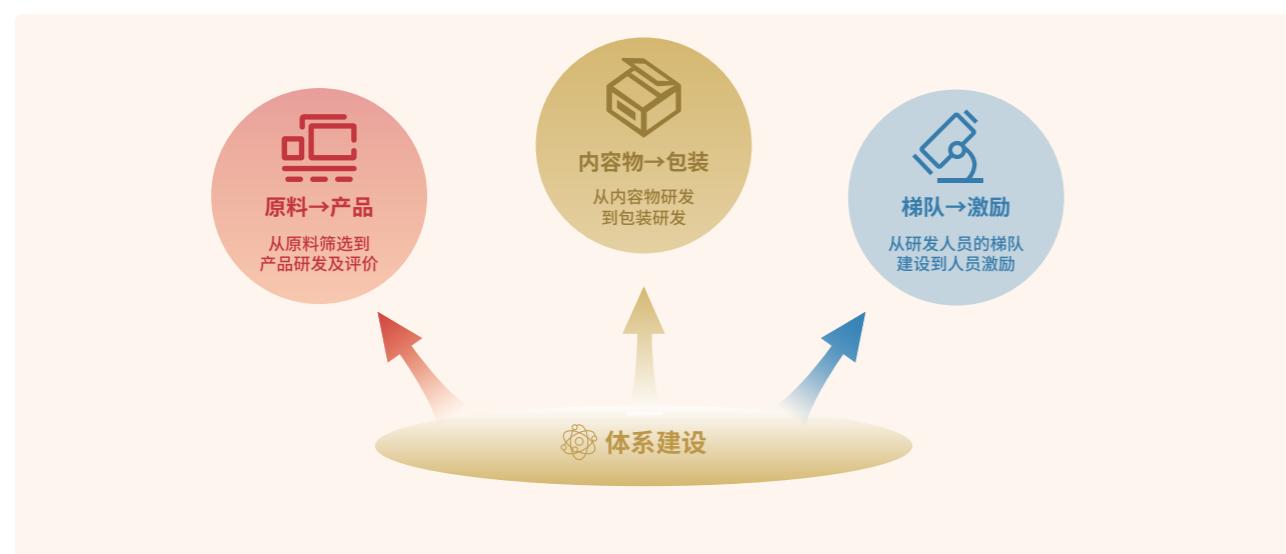
创新驱动

创新绩效



体系建设

公司高度重视产品研发体系建设，建立了包括《产品研发流程》《培训管理办法》等多个流程与制度，覆盖从原料筛选到产品研发及评价、从内容物研发到包装研发、从人员梯队建设到人员激励等研发各维度，激发人员积极性，规范产品研发流程，保障项目顺利推进。



平台资源

公司发挥省级高新技术企业等科研平台优势，与大学、医院、研究所等多个科研院所交流合作，共同开展研究达**17**项，对原料及工艺设计开展深入研究，力求突破技术难题，采用多种实验技术对产品功效进行评价研究，为产品研发提供科学支持。

标准参与

公司积极支持国家标准化工作，参加国家标准、行业标准、地方标准、团体标准的编制与修订。
截至报告期末，公司累计参与制定及修订国家标准**3**项，行业标准**2**项，团体标准**10**项，其中已发布**6**项。

科研平台的交流与合作

油柑种植条件研究

公司联合云南景东林科院、华南农业大学等科研院所对云南油柑进行研究，持续开展油柑种植资源的考察与开发。



油柑功效成分研究

2020年起，公司与南昌大学、华南农业大学等多所高校合作开展油柑全项营养及功效成分分析试验。



荣誉奖项

云南普洱市调研考察

公司与普洱市政府联合，调研考察当地茶、咖啡、余甘子原料资源，在原料研究、品牌建设等多领域寻找合作点，结合双方优势，推进茶、咖啡、余甘子饮品产业现代化，打造健康功效饮品，赋能全产业链建设，形成产业协同的核心竞争力。



广东潮州市调研考察

在潮州市政府的支持下，公司深入考察潮州橄榄、茶叶资源及产业链信息，挖掘潮州地方特色农业资源，规划凤凰单枞茶和橄榄的原料标准化及加工工艺等研究方向，赋能健康功效饮品开发。



报告期内，公司在产品、工艺、包装等方面获得多项创新成果，通过成果评价2项，累计获得荣誉奖项8项，其中“中国轻工业联合会科学技术进步奖”一等奖1项，“广东省食品行业科技创新先进单位”1项，科学技术奖2项，优秀新产品奖3项，行业名牌产品奖1项。

荣誉 / 奖项名称	奖项等级	项目名称
中国轻工业联合会科学技术进步奖	一等奖	植物源农副产品全质化利用开发技术及产业化
广东省食品行业科技创新先进单位	/	/
广东省食品行业协会科学技术奖	二等奖	一种含乳咖啡饮料的配方和生产工艺研究
广东省食品行业协会科学技术奖	三等奖	一种无糖型能量饮料的配方和生产工艺研究
广东省食品行业优秀新产品	一等奖	东鹏大咖 咖啡饮料
广东省食品行业优秀新产品	二等奖	东鹏0糖 无糖型能量饮料
广东省食品行业名牌产品	/	由柑柠檬茶 果味茶饮料



新产品研发创新

公司以能量饮料为核心，同步扩展多品类产品矩阵。截至本报告披露日，公司新推出含气泡的能量饮料、油柑系列果汁饮料、电解质饮料等三种品类新产品。

东鹏气泡特饮 上市时间：2022年5月



该产品选用消费者喜爱的混合水果风味，含牛磺酸、B族维生素及天然茶提取物，可为人体快速补充能量，并结合市场流行趋势，加入气泡元素，扩充“能量+”产品系列，满足消费者的多元需求。

东鹏补水啦 上市时间：2023年1月



该产品以运动场景的补水、补电解质需求为目标，为运动健身人群量身打造，清新西柚风味。每L产品含400mg电解质，等渗配方，科学快速补水。1L、555mL两种包装规格，满足不同人群需求，并有多种风味产品开发储备中。

生榨油柑汁 上市时间：2022年9月



该产品以油柑为原料，联合华南农业大学等高校对全国油柑品种进行筛选，以兼具口感和营养优势的潮汕甜种油柑、云南油柑品种作为核心原料，采用超高压灭菌技术，0添加香精、色素、防腐剂，保留油柑天然鲜榨口感，酸涩适中，新鲜健康。

常温由柑汁 上市时间：2023年3月



该产品添加真材实料的鲜榨油柑汁，果汁含量达30%。采用高温瞬时灭菌工艺，可常温保存，天然健康，适合日常饮用及餐饮场景。未来，我司将持续积极探索对岭南特色果蔬资源的开发利用。

工艺创新

公司积极探索测试新工艺，改善产品品质：如将新型灭菌工艺HPP（超高压灭菌）技术应用于油柑汁饮料中，该技术是将冷压得到的果汁直接装瓶密封，置于500MPa-600MPa的液态压力下，实现迅速消灭细菌、酵母菌和微生物的目的，在不添加防腐剂的情况下达到食品安全标准，同时低温杀菌条件可以更好地保留油柑汁新鲜风味及营养价值。



产品包装创新

公司洞察国内外饮料市场去标签的环保趋势，依托公司数字化能力，在6月5日世界环境日推出电子标签版产品，引领低碳发展新风尚。8月，公司联合腾讯公益、姚基金，与消费者共筑乡村篮球场，提升品牌美誉度及公益影响力。11月，公司发行首款数字藏品“能量瓶的美丽中国”，走进世界互联网大会，创新与年轻人的沟通方式。



知识产权管理

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》，已建立完整的《知识产权管理流程》和《知识产权管理办法》，全面加强公司新颖配方、独特工艺、设备创新、包装创新等方面知识产权的保护，规范知识产权管理工作，促进科学技术成果的转化应用。

知识产权管理与维护

公司对专利、版权、商标等各类型知识产权进行统一管理，各部门分工协作，规范有序地开展知识产权申请与维护工作，通过知识产权管理体系认证，获得知识产权管理体系认证证书。

知识产权培训

公司定期组织知识产权相关流程制度及基础知识培训，强化知识产权申报知识的学习，提高员工知识产权保护意识与积极性。

公司自2019年建立并认证知识产权管理体系（GB/T29490-2013）标准，2022年度完成3件软件著作权登记，完成11件软件著作权申报待核发。

截至报告期末，公司共有78项专利，其中包括4项发明专利、15项外观设计专利、59项实用新型专利。2022年期间，公司已获批10项实用新型专利，同时正在申请4项发明专利和8项实用新型专利。



知识产权管理体系认证证书



计算机软件著作权登记证书



专利证书

全球商标知识产权布局

截至本报告披露日，公司已初步布局、搭建覆盖美国、欧盟、东南亚等47个国家及地区的全球商标知识产权体系。



EASTROC 東鵬飲料 東鵬特飲

数字化管理创新升级

公司持续升级数字化运营能力，积极探索和实践“+互联网”新零售模式，围绕人、货、场，建设货控、费控、行控和数控4控能力，科学化管理业务队伍和精细化运营终端，助力商品动销按照预期实现良性增长。



科学化管理业务队伍

重点工作围绕两个方向开展



精细化运营终端商户

货控

费控

行控

数控

持续建设五码关联商品流通体系，从主打产品东鹏特饮系列扩展到新品东鹏大咖等产品，牢牢把控产品的良性流通。

实现商户红包精细化投放，投放红包策略精细化，达到费用的有效使用。

建设销售服务处基础作业科学化管理项目，在服务处开展销售人员日常作业的数字化项目，实现科学决策数据化、考核指标量化、执行过程数字化、业务动作标准化，有效提升销售队伍的科学化作业能力。

搭建大数据BI平台，围绕拆箱，及时掌握渠道库存、商品动销、各销售部门业绩达成情况等信息，为销售决策提供及时、准确的数据依据。

供应链管理

规范的供应商管理

规范的供应商管理是保障公司持续生产经营，夯实与产业链、市场与社会和谐稳定关系的基础，公司已经建立一套完善的供应商管理制度，对供应链中的关键环节进行重点管理，包括供应商准入、管理和考核、廉洁采购等，力求与各供应商保持合作共赢的良性关系。



供应商管理和考核

为了有效管理和评价供应商，东鹏饮料建立了一套由质量、采购、仓储物流部门共同评价的供应商考核制度。每月根据供应商当月表现进行评分，进而汇总成年度评价，对于考评分数较低的供应商，要求在一定期限内进行整改。同时，公司可直接对出现质量问题的供应商出示红、黄牌，要求整改或者暂停供应。另外，针对重点供应商，公司会定期组织现场审核，以确保供应商的质量和运营在可控制范围内。



供应商准入

东鹏饮料有一套完善的供应商准入机制：要求意向供应商填写相关资料，包括人员组成、产能、设备、客户、供应商、原材料等信息，并要求其提供相关报告；公司根据实际情况对供应商进行实地审核，同时，供应商须提供样品并在公司内部进行充分的验证。经全流程评估后，方可作为合格供应商进行供应。



供应商廉洁采购

所有与东鹏饮料签订合同的供应商，均需要签署《廉洁协议》，对于违反廉洁协议的供应商，一经发现直接剔除出《合格供应商》名录。同时，针对通用物料采购，公司引入行业领先的电商平台，将相关采购活动移至线上，计划在2023年全部实现平台化。

试点推行原料前置管理

东鹏饮料对标国际一流管理方法，以六大原料品类之一的包材类原料为试点，推行原料前置管理流程，提升物料转运效率，提升我司物料的储存和运营能力。



东鹏特饮瓶坯



东鹏特饮外帽

经销商协作

公司与经销商携手共谋发展，为市场提供优质产品及服务。

强化宣导

- 组织经销商大会，宣导公司指导思想、业绩规划、营销策略和团队管理。
- 编著并宣贯经销商作业指导书，强调冰冻化陈列是最好的广告。
- 设定“经销商生意回顾”机制，定期由服务处负责人与经销商进行每月生意回顾，保障经销商库存合理性。



数字化赋能

- 以自主开发的“东鹏鹏讯通”系统、“东鹏饮料配送商”和“东鹏饮料商户”小程序，及五码关联技术为支撑，实现数字化赋能，打通销售全流程，形成闭环管理。
- 2022年，公司组织经销商进行系统、小程序和营销模式的线上、线下专项培训达127场，覆盖4,180人次。



消费者服务

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规，积极践行责任营销，并通过畅通消费者沟通渠道、高效反馈消费者诉求，全力维护消费者权益。

经营管理

- 在经销商覆盖的区域范围内，通过媒体广告、户外 T 牌、店招、海报等投放，助力提升品牌知名度和美誉度。
- 制定渠道商和终端商销售政策，增加渠道商和终端商毛利，提升销售积极性。
- 密集进行消费者推广及促销活动，增加消费粘性，提升产品动销。
- 对经销商实施生意考核、资质检查、奖励和淘汰机制。



更顺畅的消费者沟通

公司高度重视客户的需求和反馈，持续完善消费者服务体系建设；已建立消费者服务专线，并通过微信公众号“东鹏特饮”，微信小程序“东鹏饮料+”、腾讯云商，官方微博、抖音、快手等服务渠道及面向终端的小程序“东鹏饮料商户”，实现与消费者和商户的高效互动。除了专业的客服团队外，我们引入人工智能以快速解答常见问题，提升客服反馈效率。同时，我们对公众开放平台的自媒体进行检索和监测，认真聆听消费者的声音，实现与客户的高效沟通。

2022年5月，深圳市市场监管局南山分局评选公司为“2021年度南山区消费维权优秀企业”。



服务专线：4006-338-299



官方公众号 东鹏饮料+小程序 官方微博

保障权益

- 组织年度经销协议签约，保障经销商在双方合作过程中的合法权益。
- 开展经销商满意度调查，促进双方建立长期稳定的关系。2022年8月，公司开展全国经销商满意度调查，根据实际收回的**574**份调研显示，经销商对公司产品质量、交付效率、品牌价值、售后服务等四项指标的平均满意度达到**99.88%**。根据反馈意见和建议，公司督促各相关部门跟进纠正和采取预防措施，致力于为消费者提供更优质的产品及服务。



更高效的消费者诉求反馈

为提升客诉的流程化、规范化管理，公司建立《东鹏饮料客诉处理规范》《客户投诉处理流程》，对客户投诉实行分类、分级管理，明确问题处理的时效要求，切实保障客户服务质量和客户服务质量。针对消费者提出的建议和意见，公司相关部门高度重视、制定并落实优化方案、及时追踪回访；同时，通过消费者满意度调查等方式，充分了解我们服务中存在的不足并持续改善提升，回应消费者对于高质量产品的期待。

为提高服务水平，公司持续加强客服团队建设，强化日常管理与培训，设置客服管理考核 KPI，以不断激励客服人员提升服务意识与服务质量。



绿色发展 建设美丽家园

积极承担环境责任，共建绿色家园是国家和企业实现高质量发展的必要前提。我们积极响应国家“碳达峰”、“碳中和”目标的号召，主动担起环境治理责任，遵守国家环境保护的相关法律法规，将绿色发展理念融入生产和运营的各个环节，积极探索和推进节能减排措施，携手将对美好环境的向往转化为有效行动，谋求环境与增长的可持续协同。

本章所响应的 SDGs



绿色发展 建设美丽家园

公司环保投入 **3,864.88** 万元，通过光伏发电、技术改造等方式达到的温室气体减排总量 **1,151.73** 吨二氧化碳当量。

水资源节约

- 各基地的单位产量耗水量同比2021年下降 **22.00%**；中水回用量达 **423,624** 吨，回用率为 **8.42%**。
- 通过一系列节水措施，生产用水较2021年同比下降 **4.92%**。
- 桂鹏、莞鹏通过节水型企业认证。

低碳节能

- 各基地的单位产量耗电量同比2021年下降 **6.64%**，单位产量天然气耗用量同比2021年下降 **11.03%**。
- 桂鹏太阳能光伏项目已于2022年12月实行并网投入使用，当月发电量 **25.3** 万千瓦时，减少温室气体排放量 **133.36** 吨二氧化碳当量。
- 单位产量温室气体排放量较2021年同比下降 **8.57%**。

环保合规

- 生态环保信访投诉0起，全年监督性监测合格率 **100%**。
- 公司已投产七大基地的“三废”各项指标排放达标率均为 **100%**。

包装材料

- 推行纸箱收缩膜重量减少专案，减少的塑料膜使用总量 **43.62** 吨，减少温室气体排放量 **104.26** 吨二氧化碳当量。



环境管理

东鹏饮料严格遵守国家环境相关法律、法规，致力于减少生产运营对环境生态造成的影响，并于内部建立、完善环境保护及可持续发展管理制度，指导下属各工厂制定适宜的环保管理制度和应急预案，我们建立了工厂健康、安全与环境（HSE）管理体系，将 HSE 管理的基本框架和路径融入日常环境管理之中。公司通过构建 HSE 秩序，实现对工厂水资源、能源及“三废”排放的全面管理，提升整体环境绩效与评价。

环境法律法规

《中华人民共和国环境保护法》

《中华人民共和国环境影响评价法》

《中华人民共和国水法》

《中华人民共和国大气污染防治法》

《中华人民共和国水污染防治法》

《中华人民共和国环境噪声污染防治法》

《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》

《建设项目环境保护管理条例》

《建设项目竣工环境保护验收管理办法》

公司环境管理制度

《环境因素识别与控制程序》

《应急准备和响应控制程序》

《环境监测控制程序》

《合规性评价程序》

《废弃化学品管理细则》

国家法律法规 公司管理制度

消防应急预案

锅炉故障应急预案

设备故障应急预案

停水应急预案

停电应急预案

突发环境事件应急预案



绿色生产

公司将绿色发展理念融入生产、运营全过程，通过生产工艺精进、资源节约使用和循环利用，全面减少各类废弃物排放，开展光伏发电项目，提升清洁能源使用率，在各个环节最大限度地减少对环境的影响。

水资源管理

公司坚持水足迹全生命周期管理，严格管理各个环节的生产用水及中水回用，通过优化生产工艺，实现节省水资源与减少废水排放的环保效果。对于废水处置，公司通过自建污水处理站，使得废水实现合规处理并100%达标排放。



水资源循环与使用情况

指标	2021年	2022年
生产用水（千吨）	5,496.59	5,226.40
单位产量耗水量（吨用水量 / 吨合格产品产量）	3.25	2.54
中水回用量（千吨）	—	423.62
中水回用率（%）	—	8.42

节水措施

公司通过采用 RO 浓水回收再利用节水措施，提高中水回用率，积极对中水进行开发利用（绿化灌溉、冲洗地面等）。



案例 桂鹏、莞鹏完成节水型企业认证

2022年，东鹏饮料新增两个生产基地（桂鹏、莞鹏）通过节水型企业认证。

截至报告期末，公司累计有四个生产基地完成节水型企业认证：徽鹏获得“安徽省级节水型企业”认证，增鹏获得“2019年度广东省节水型企业”认证，桂鹏获得“2021年度南宁市节水型企业”认证，莞鹏获得“2022年东莞市节水型企业”认证。

废弃物管控

公司严格遵守法律法规，并按照《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》(GB18599-2001)及修改单、《危险废物贮存污染控制标准》(GB18597-2001)及修改单等国家标准，对固体废物进行合规处理、贮存和转移，通过建立台账跟踪、实时记录，确保废弃物合规处置。



固废管理

公司积极对产生废弃物的环节进行优化，各生产基地严格实行垃圾分类管理，基地内专设分类垃圾站，分类收集、定时转送、妥善处理。秉持促进循环经济的管理理念，公司针对具有可回收价值的物料，如废纸箱、废膜等进行集中回收处理，使得资源的使用价值最大化，减少废弃物的产生。此外，公司制定了《危险废物管理制度》等规章制度，所有危险废物均交由具有危险废物处理资质和运输资质的第三方公司处理。

废气管控

公司根据法律法规、内部管理制度对废气排放进行严格管控，聘请第三方机构定期对产生的废气进行监测，确保废气排放浓度符合国家标准，积极探索废气减排路径，持续优化工艺，从而减少废气污染物排放。



案例 锅炉燃烧机低氮改造

2022年，增鹏、华鹏和庆鹏进行锅炉低氮燃烧改造，共改造了三台锅炉燃烧机设备，改造后锅炉由检验机构检验合格后投入使用，有效减少氮氧化物等废气的排放。



锅炉燃烧机低氮改造

能源管理

公司深刻理解气候变化的紧迫性，积极响应国家“双碳”战略，实行能源三级管理，初步建立完善的能源管理架构及能耗统计系统。各用能环节将逐步实现用能单独计量和经济核算，能源管理架构人员配备符合国家有关法律、法规、条例规定及要求。作为重点用能单位，我们持续完善能源管理体系，成立能源管理领导小组，通过设备、工艺、管理流程等多维度的优化，提升能源利用效率，加强清洁能源使用，从而达到节约能源、降低碳排放的总体目标。

指标	2021年	2022年
单位产量温室气体排放量 (吨二氧化碳当量 / 吨合格产品产量)	0.07	0.06 
单位产量耗电量 (度 / 吨合格产品产量)	69.39	64.79 
单位产量天然气耗用量 (立方米 / 吨合格产品产量)	13.29	11.82 

能源监测系统

公司通过能源在线监测管理系统，实时对能源数据进行分析、处理和加工，并对异常情况进行事件警告，使管理人员能够第一时间掌握各生产部门能源状态，经过合理调整，确保能源系统运行在最佳状态，实现能源数字化运行管理，提升系统能耗使用效率。



节能措施

公司上下大力开展节能降耗活动，报告期内，通过工艺优化、设备技改、管理提升，实施并验收了大量节能减排项目，如生产线参数优化等。

设备改造节能

- 开展生产环节热能回收利用项目，提高蒸汽综合利用率。
- 冬季利用冷风代替制冷机，降低致冷电力消耗。
- 通过引入空气压缩器集中控制系统，精确匹配输出与所需功率，预估节电率可达10%以上。

生产工艺节能

- 公司通过优化溶糖环节工艺，使各基地全年节约电量约为**5.85**万千瓦时，减少温室气体排放量**30.84**吨二氧化碳当量。
- 公司通过完善无菌水杀菌工艺，使各基地全年共节约天然气约**35**万立方米，减少温室气体排放量**756.77**吨二氧化碳当量。
- 公司通过优化吹瓶工艺，使各基地全年共节约电量约**24**万千瓦时，减少温室气体排放量**126.50**吨二氧化碳当量。

科学建筑节能

公司科学合理地确定建筑朝向、平面形状、空间布局、外观体型、间距、层高，选用节能型建筑材料，并保证建筑外维护结构的保温隔热等，有利于施工和维护全面应用节能技术措施，最大限度减少建筑物能耗量。



光伏发电项目

东鹏饮料下属的两个生产基地（桂鹏、徽鹏）开展太阳能光伏项目，其中，桂鹏总装机容量**3.2**兆瓦，徽鹏总装机容量**8.8**兆瓦。2022年12月，桂鹏已实行并网并投入使用，截至2022年末，发电量总计**25.3**万千瓦时，减少温室气体排放量**133.36**吨二氧化碳当量。



包材管理

公司深刻理解包装废弃物对环境产生的影响，从源头到销售，开展产品包装的减重优化以及循环利用工作，积极采用更加环保的可回收包装材料，持续探索减少包装材料使用量和包装材料循环使用的机会，致力于减少产品全生命周期中产生的包装废弃物。

减少包材使用

2022年9月-12月，公司推行纸箱收缩膜重量减少专案，250ml容量产品收缩膜共节约**6.05**吨，500ml容量产品收缩膜共节约**37.57**吨，减少的塑料膜使用总量约**43.62**吨，减少温室气体^[3]排放量**104.26**吨二氧化碳当量。

包装材料循环

公司将东鹏特饮、由柑柠檬茶、陈皮特饮等产品的标签材质由PVC材料改为环保、易于回收再利用的PET材料，新品东鹏大咖及东鹏气泡特饮产品标签也均为PET材料，使得产品包装更易于回收。

绿色供应

在物料供应环节，公司积极引入绿色采购理念，针对白砂糖等生产类原料及包材，积极开展本地化采购，既可以控制上游采购成本，也可减少材料运输过程中的资源消耗及排放，实现经济效益与环境效益的双赢。

绿色仓储

公司树立绿色仓储理念，在仓储管理中坚持绿色运营目标。公司通过仓储智能化建设、推拉器运用、带板运输等整板装车推进，提升仓储作业效率；节约照明时间并采用高效通风设备，有效节约电能；叉车电池由铅蓄电池升级为锂电池，减少环境污染；存货载体采用共享托盘模式，借势共享经济，推动绿色物流。



智能仓

绿色运输

就地供应：广东省外所有生产基地均与上游供应商合作，通过设立厂中厂减少厂内物流运输，生产所需材料（如瓶环、瓶盖、外帽等）实现就地供应。

就近供应：广东省内的生产基地通过就近采购、合理规划物流供应路线、协同第三方物流承运商推动新能源汽车市内短途配送等措施，减少物流运输对环境的影响。

“厂中厂”外帽连线项目

即通过增加传输设施，相关材料（如外帽等）由配套厂家生产线生产后，直接通过风管运送到公司各条生产线上，一根管对应一条生产线，从而减少厂内物流运输，同时也减少了配套厂家纸箱、胶箱的使用。



绿色办公

公司通过一系列节能减排管理措施及宣导，积极倡导绿色办公，提升员工的环保意识，共同践行低碳理念。

节约用纸

倡导双面打印，鼓励重复使用纸张，避免浪费；推行无纸化办公，将审批等流程线上化，既提高效率，也减少线下资源的消耗。

废弃物管理

鼓励员工用餐时自带饭盒或使用公共餐具替代一次性餐具，并在办公区域进行垃圾分类收集，引导大家合理进行垃圾回收等。

节约能耗

督促各位员工下班必须关闭电脑，办公室无人及时关灯；办公楼将中央空调温度控制在适宜的26°C左右，既考虑了员工的身体健康，又达到了节约能耗的效果。

节约用水

在茶水间与洗手间张贴节水标语，呼吁员工养成节约用水的良好习惯，并加强用水设备的修理与维护，避免水资源的浪费。

2022年总部人均用水量从11.00立方米降至10.53立方米。

案例

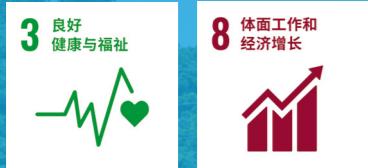
2022年5月，行政主题月提倡“无纸化办公”，对办公用纸进行管控，自实行以来，办公用纸的使用得到了有效的控制，有效遏制了纸张浪费，改善了办公环境，在降低成本支出的同时，也对环境保护作出了贡献。



以人为本 打造幸福职场

公司始终将员工视为公司可持续发展的核心竞争力，致力于“为员工搭建事业平台”。我们严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》等雇佣相关法律法规，保障员工合法权益；我们坚持打造平等、多元、包容的职场，提供多样化晋升通道和培训机会；我们关爱员工，提供健康、安全的工作环境以及完善的福利与关怀举措，与员工共享可持续发展的成果。

本章所响应的 SDGs



绩效指标



以“五个一”工程（一套“企业文化理论体系”，一批“企业文化先行者”，一系列“文化主题活动”，一套“企业文化评价体系”一套“荣誉管理体系”）推进企业文化落地生根，与员工携手同行，共创价值。



五大分院独立运营，深度协作，以内、外两大数字化学习平台为载体，实现知识传播赋能，推动人才培育朝着“三化”——系统化、多样化、数字化迈进。

持续发布集团人力资源盘点及三年规划，推进部门满意度评价与干部领导力评价体系，构建任职资格标准、岗位知识地图及继任者制度体系，持续推动人才梯队打造。



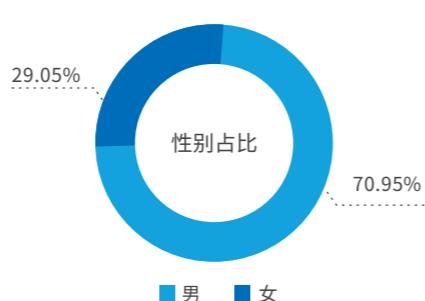
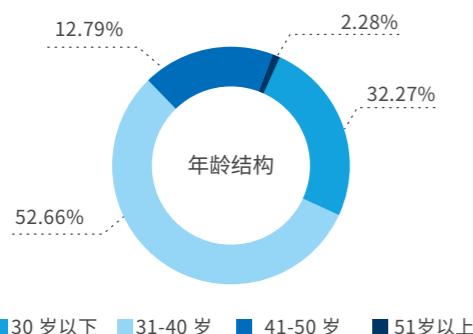
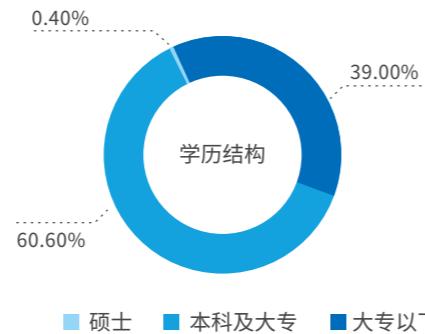
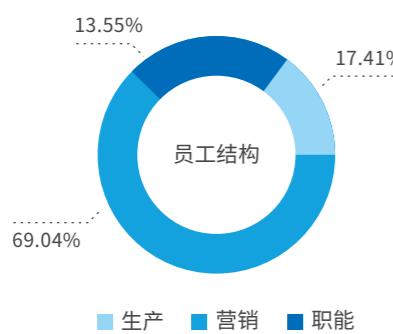
员工雇佣

多元化招聘

公司严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国劳动法》等法律法规，在招聘和用工期间，坚持一视同仁，不因员工的性别、年龄、民族、信仰等差异而区别对待，为每一位员工提供平等的就业机会和发展机会的同时，综合考虑员工的文化、经验等专业背景，实现员工队伍的多元化，持续提升工作场所包容性和公司发展的可持续性。在定薪、调薪和各项福利待遇方面实现同工同酬，禁止强迫劳动，招聘中严格审核身份信息，明确禁用童工。

雇佣人数

公司签订合同的员工数量共计**8,482**人，在职员工男女比例约为**7: 3**。



完善的薪酬体系

公司依据“市场化、业绩导向、体现岗位价值”的薪酬理念，不断完善薪酬增长机制，丰富福利保障类型。本着“为员工搭建事业平台”的企业使命，公司与员工共享企业发展成果，倡导通过价值贡献，建立“高质量、高效率”的合理化薪酬分配体系；同时，通过对标市场薪酬水平，打造具有竞争力的薪酬体系，以提升员工价值、激发组织活力为根本目的，实现企业和员工共赢。

员工沟通

绩效面谈助力员工发展

规范绩效评估等级和员工任职、薪酬、发展等方面的标准，提高绩效管理水平。公司通过将员工业绩与公司业绩紧密结合，激发员工的创新性和积极性。公司面向员工开展绩效面谈和年终奖励面谈，反馈员工的绩效情况；由各级负责人进行一对一的工作表现、作业指导等绩效反馈。同时，公司设置绩效申诉流程，保障员工对于绩效的诉求得到有效反馈和及时回复。

探访初心——深度采访老员工

公司对10年以上老员工开展深度采访，一起回顾在公司的峥嵘岁月，树立东鹏人的学习榜样，激励员工与公司一起成长。

“探访初心”老员工访谈录

桂苒十数载 风雨同舟 一路相伴

在东鹏饮料20多年的发展历程中，有这么一群人，历经岁月的淬炼，与东鹏饮料一同成长，他们见证着集团的每一步，今天让我们一起聆听东鹏饮料老员工的故事，让我们一起感受他们的成长与蜕变！

本期专访人物介绍



姓名：王金朵
部门：供应链营运中心-广州基地
现职务：生产班长
司龄：22年

荏苒十数载 风雨同舟 一路相伴

在东鹏饮料20多年的发展历程中，有这么一群人，历经岁月的淬炼，与东鹏饮料一同成长，他们见证着集团的每一步，今天让我们一起聆听东鹏饮料老员工的故事，让我们一起感受他们的成长与蜕变！

本期专访人物介绍



姓名：邱汉财
部门：广东营销本部
职位：服务处经理
司龄：25年

培训与发展

民主管理——推行职工代表大会

东鹏饮料始终坚持开展民主管理工作，突出员工在公司的主体地位。我们依据《中国工会章程》《中华人民共和国工会法》，不断完善民主管理制度，加强建设并推行职工代表大会制度，从而建立平等的协商沟通渠道。通过员工代表的选举及职代会，强化民主管理，切实保障知情权、参与权、表达权、监督权落到实处。

- 2022年5月16日，东鹏饮料（集团）股份有限公司工会第三届委员会获深圳市南山区桃源街道总工会批复成立。
- 2022年6月17日，获得工会法人资格证书。
- 2022年10月17日，工会编制的《爱心互助金管理细则（试行）》向集团全员发布。
- 2022年10月20日，向桃源总工会捐赠东鹏特饮等物资。



培训体系

公司全面围绕建设以“传播企业文化，打造组织能力”的学习型组织为核心，融入人才发展战略，依托各类培训资源，在构筑企业全员培训体系的基础上，聚焦培育管理团队及核心骨干成员，以促进组织发展与员工个人职业规划为动力，不断推进人才培养模式的创新。

2022年度开展

 人才培养项目 20个	 建制班级 30个	 在班培养人数 3,000+
 转训人次 5,000+	 员工培训总时长 145,528小时	 产出管理建议、行动计划、改善方案等 9,000+
 开发和引入数字化 课程超过200门 赋能人次10万+	 数字化课程覆盖面 及学习时长较2021年 接近10倍增长	

愿景使命

成为中国能量饮料行业最具影响力的企业学堂
引领企业文化，支撑组织战略，培养一流人才

五大分院板块

领导力体系	营销体系	供应链体系	专业力体系	通用力体系
夯实管理基础 打造人才梯队	围绕业务痛点 助推销量增长	知识转化效益 技能比学赶超	强化专业知识 提升工作技能	赋能职业素养 提升通用技能

数字化知识平台

东鹏知识实验室

领导力赋能体系，深度打造组织能力



醒客微学堂

构建内部知识体系，助力沉淀企业经验

能力发展项目

领导力体系

以“鹏系列”及“继任者计划”两大人才培养工程为主的领导力培养体系。



营销体系

以尖刀队、业务经理训练营为主，覆盖两大营销事业部、三大群体分层分级的营销培养体系。



供应链体系

以岗位认证、班组长训练营、质量、设备、采购、计划物流专项项目为主的供应链培养体系。



专业力体系

以内训师计划、人力、财务、管理助理、流程大使等项目为主的职能人员培养体系。



通用力体系

以新人培养、东鹏大讲堂等通用能力培养项目为主的通用能力培养体系。



健康与安全

培训亮点案例——千屏万人项目

三大“千人”量级项目，实现集团全员学习大练兵，初步搭建起以领导力、营销及供应链为核心的人才培养链。

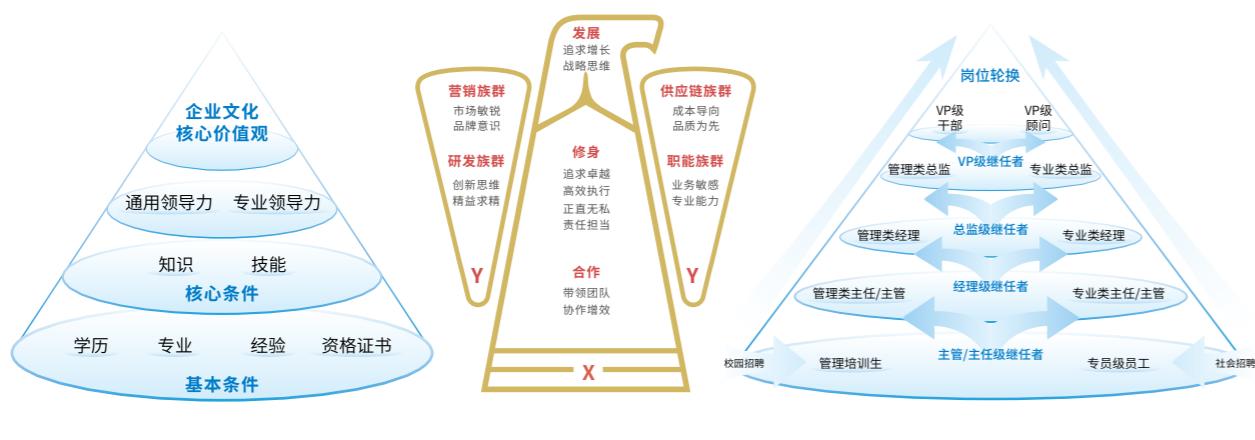
- 领导力“全员管理必修课”** 对2,000多名各级管理干部完成为期6个月的管理基础必修课学习，有效提升管理干部的管理认知与技能。
- 营销“分享平台”** 的搭建为5,000多名营销将士提供经验分享与传播平台，让优秀经验在组织内传播复制。
- 供应链“知识竞赛”** 系列活动加强了供应链全员的理论知识学习，提升了学技术、练本领、比技能的热情。

千屏万人学习项目在公司产生了大范围的影响和深度的传播，因其实用性强、转化性好，大力推动了企业学习模式向实战化、数字化及多元化转型，并且逐渐形成以东鹏管理学院为核心载体的企业人才培养模式。



人才发展战略

公司全面实施人才战略，建立继任者管理体系，搭建公司四级人才梯队建设；搭建轮岗体系，推进人才合理有序流动；完善人才评价、测评机制；完善任职资格模型、胜任力模型和岗位发展通道模型，构建人才发展和成长路径。



公司在员工保险、生产安全、职业病防护、公共卫生防护等方面，制定切实有效的政策与方案，确保生产经营活动的有效运行，确保员工健康安全得到充分保障。

安全生产

制度：严格的设备操作制度。

上岗：岗前进行培训与认证。

宣导：开展安全竞赛活动，推动安全生产。

全年开展安全课堂培训200场，安全演练32场，覆盖10,000+人次，笔试实操通过率达到100%。



公共卫生防护

科学消杀：对生产经营环境做科学无害消杀，定时定点严格消毒餐具。

应急预案：制定公共卫生应急演练预案。

专项体检：对特定岗位工作人员定期进行专项体检。



预防职业病

制度：各车间有严格的进出制度。

装备：各岗位配备必要防护装备。

体检：组织员工进行职业病体检。



员工关怀及文化建设

公司一直秉承“以人为本”的理念，对员工实施人性化管理和关怀，增进员工对公司的认同感和归属感，持续激励员工保持更好的工作心态，与公司共同成长和发展。为此，公司为员工提供了一系列关怀及保障措施，包括年度体检、年节礼品、生日礼金等；成立“东鹏饮料爱心互助金”，开展员工互助；关爱女性职工，举办身心健康活动，积极开展女职工健康工程建设；组织多元化团建，提高员工凝聚力和幸福感。



东鹏饮料爱心互助金
Eastroc Beverage Mutual Fund

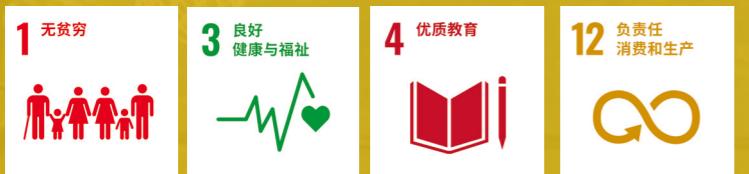
2022年全年围绕“迎新·荣耀季”、“暖心·动销季”、“能量·攀登季”、“运动·追光季”等主题，举办大型活动10余场次，参与人次20,000+。



回馈社会 守护民生福祉

东鹏饮料时刻铭记民族企业肩负的社会责任，致力于为社会创造更大的价值。2022年，我们持续践行“服务民生、回报社会、共享繁荣”的公益理念，开展包括援助西部医疗、支持乡村体育教育、救灾和扶贫助困等多种形式的公益活动，彰显东鹏饮料企业担当，传递爱与温暖。

本章所响应的 SDGs



社会捐赠信息

东鹏饮料持续践行“服务民生、回报社会、共享繁荣”的公益理念，积极承担企业社会责任。

2022年度，公司对外捐赠及公益项目的总投入为**4,550**万元。



搭建公益平台，用心点亮明天

公司严格遵守《基金会管理条例》《公益事业捐赠法》以及其他有关法律法规和政策，遵循合法、自愿、诚信、公开、透明和非营利的原则开展公益慈善活动。2022年8月，东鹏饮料出资人民币**800**万元设立东鹏基金会。

业务范围：扶贫济困、赈灾救助、奖教助学、资助教育、支持公益事业、关爱妇女儿童等。

设立初衷：通过设立公益基金会，建立起长效慈善公益平台，更好地践行企业社会责任。



支援医疗建设，助力乡村振兴

携手韩红基金会，支持西部医疗

自2017年开始，东鹏饮料携手北京韩红爱心慈善基金会（简称：韩红基金会）助力“百人医疗援助”公益行动，并于2020年与韩红基金会达成公益战略合作。截至报告期末，公司累计捐赠**1,800**万元资金支持西部地区基层医疗卫生建设，惠及更多基层医务工作者和老百姓。

2022年，东鹏饮料携手韩红基金会，为黑龙江乡镇医院捐赠**3**所复明中心和**20**辆救护车，这批物资将于2023年正式发放；此前为云南、陕西捐赠的复明中心、救护车也持续投入使用，让更多白内障贫困患者“重见光明”。



联合姚基金，发起“青出于篮”公益计划

2022年，东鹏饮料为姚基金捐赠**200**万元，用于“青出于篮”公益计划，支持全国**110**所乡村小学的体育教育：捐赠篮球场、篮球架、篮球、球服等体育设施及用品，超8万乡村少年从中获益；同时助力**10**所体育院校的大学生志愿者深入乡村小学进行体育支教，并支持篮球集训、联赛组织等，缓解乡村地区体育设备落后、师资不足及体育活动缺乏的现状。

为了让更多人关注到乡村体育，东鹏饮料跨界联合腾讯公益发起“扫电子标签，筑公益球场”活动，于“99公益日”号召全民关注“青出于篮”公益计划，助力乡村体育教育。



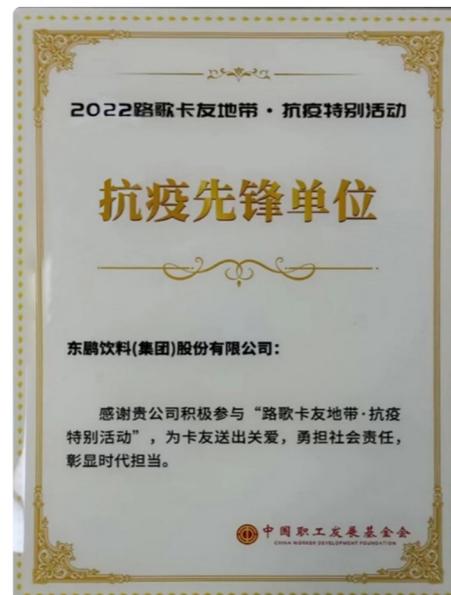
携手共克时艰，传递能量关怀

关爱货车司机

2022年4-5月，公司在安徽、山东、河南、浙江等全国物流货运繁忙的省份，开展货车司机关爱行动，累计免费派送价值**2,400**万元的产品，为奔波的货车司机送去能量关怀。



2022年5月，公司向中国职工发展基金会捐赠**20**万元现金，参与“路歌卡友地带”特别活动，持续关爱货车司机群体，获得由中国职工发展基金会颁发的先锋单位荣誉证书。



为一线守护者送能量

2022年2月至4月，公司为广东、黑龙江、辽宁、上海、河北、山东、福建等全国多省共计**50**多个城市的各大定点医院、红十字会、医院工地、交通警察局及社区检测点，捐赠东鹏特饮、东鹏0糖特饮、东鹏天然水等价值**235**万元的产品，为医护、交警、公安、外卖员等一线的守护者，送去能量关怀。



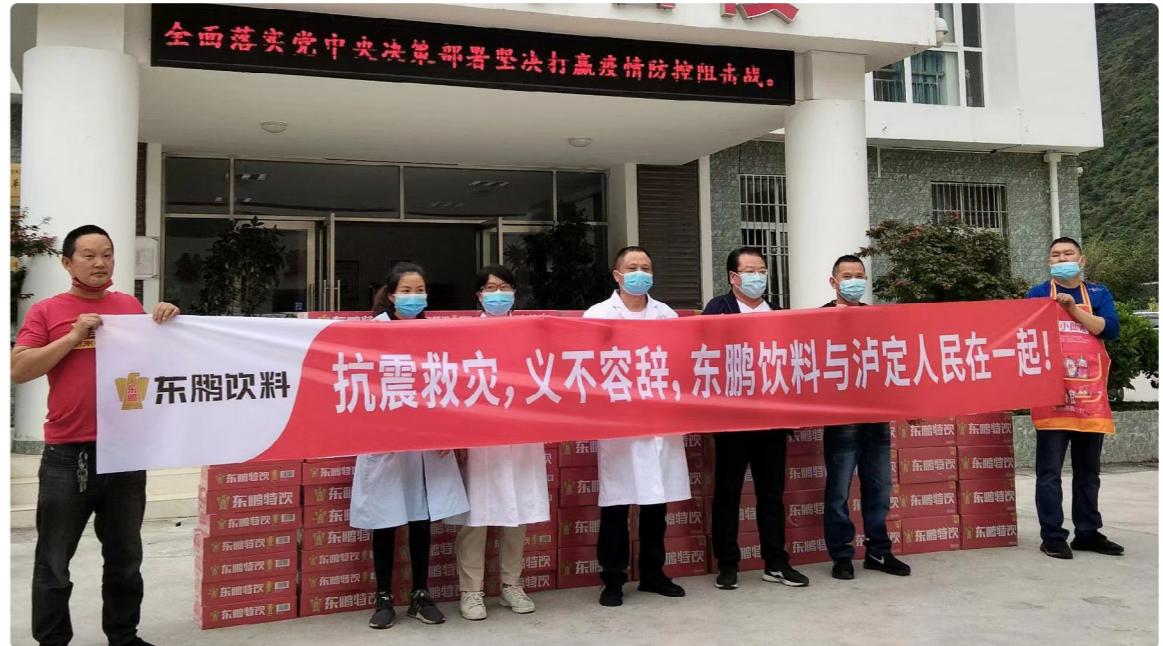
致敬一线医护

2022年3月30日，正值国际医师节，公司联合深圳市广电公益基金会，向深圳市第二人民医院、深圳市儿童医院、深圳罗湖医院的医护人员捐赠**15**万元现金。



支援抗震救灾

2022年8月重庆发生多起山火，2022年9月四川泸定地震，牵动着全国人民的心，各方救援力量赶赴一线，全力救灾。公司累计捐赠价值**15**万元的产品，为奋战在一线的救援队伍提供能量支持，缓解其因长时间工作导致的身体疲劳。



爱心汇聚，共建美好社会

暖心守护城市骑手

2022年11月，公司向“深圳市南山区新就业群体关爱基金”捐赠**15**万元现金，为困难骑手提供大病帮扶、意外保险等资金援助，并为骑手们提供饮品支持。



捐建景区停车场

2022年10月，公司向广东省汕尾市海丰县景区捐赠**350**万元现金，支持该景区停车场建设，解决了该景区长期以来停车难的问题。新停车场的建成使用，提升了该景区的客容量，助力当地文旅产业的发展。



未来展望

砥砺奋进勇担当，笃行不怠谱新篇。2023年是深入实施“十四五”规划承上启下的关键一年，随着国内消费强劲复苏，我们将牢牢把握发展机遇，坚守“为消费者提供健康功效饮品，为员工搭建事业平台，为股东创造合理回报”的企业使命，打造卓越品质，持续创新升级，紧跟国家绿色发展步伐，响应“双碳”战略，践行企业社会责任，携手利益相关方，助力公司未来高质量、可持续发展。

坚守企业使命



面向消费者

我们将坚持为消费者提供健康功效饮品，高度重视客户的需求和反馈，持续完善消费者服务体系建设，致力于成为更受消费者认可的国民品牌。

坚持可持续发展



推进品质与研发创新

我们将始终坚守“质量为先”的企业信条，进一步深化产品全生命周期质量管控，持续升级数字化运营能力，赋能产品追溯体系；通过研发创新丰富产品结构，满足不断变化的市场需求。品质把控与创新升级双管齐下，助推公司实现更高质量发展。



面向股东及投资者

我们将坚持为股东创造合理回报，及时并合规地进行信息披露，以多元化渠道沟通股东及投资者；我们将努力追求可持续和高质量发展，持续为股东及投资者创造价值。



助力绿色低碳发展

我们将坚持绿色生产，推进节能减排，紧密践行国家“碳达峰”、“碳中和”战略，通过生产工艺精进、资源节约使用和循环利用等举措，有效落实环境管理相关制度，实现绿色可持续发展，为国家实现“双碳”目标做出贡献。



面向员工

我们将坚持为员工搭建事业平台，持续完善人力资源管理体系，加大人才队伍培养力度，切实维护员工权益；我们将持续创造更包容、更具人性化的工作环境，全面发挥员工专长与价值，努力成为最佳诚信雇主。



积极履行社会责任

我们将秉持“服务民生、回报社会、共享繁荣”的公益理念，持续开展包括医疗支持、助力教育、扶贫济困等多种形式的公益活动，传递品牌温度，把公益落到实处，持续践行企业的社会责任。

附录一：指标索引

报告章节	《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业社会责任报告指南 (CASS-ESG 5.0)》
关于本报告	2-2,2-3	P1.1-1.3
董事长致辞	2-22	P2.1-2.2
关于东鹏饮料	数说2022 2-7,201-1,203-2,302-3,305-4	A2
	企业概况 2-1,2-6,2-9	P4.1-4.3
	聚焦2022 ——	G3.11
可持续发展管理	可持续发展目标 2-22	G3.2
	利益相关方沟通 2-29,3-3	G3.6-3.7
	实质性议题分析 3-1,3-2	G3.5
规范治理，坚守诚信经营	治理结构 2-10,2-12,3-3,201-1	G1.1-1.2
	信息公开 3-3	G1.10,G3.6
	党政建设 ——	——
	合规运营 2-26,3-3	G1.3-1.5
	反舞弊与反腐败 3-3,205-2	G1.7-1.8
	信息安全 3-3	S5.6
	匠心品质 3-3,416-1,417-1	S4.1-4.2
品质创新，携手行业共进	创新驱动 3-3	V2.1-2.4,V2.7-2.8
	供应链管理 3-3,414-1	S5.1-5.2
	经销商协作 ——	V2.5
	消费者服务 3-3,417-1	S4.3,S4.5,S4.7-4.8
绿色发展，建设美丽家园	环境管理 3-3	E1.1,E1.3
	绿色生产 3-3,302-1,302-3,302-4,302-5,303-1,303-2,303-4,303-5,305-1,305-2,305-4,305-5,306-1,306-2	E2.1-2.3,E2.5,E2.9-2.13,E3.1,E3.3,E3.5,E5.5-5.7,V4.3
	包材管理 3-3,301-3	E2.6,V4.3
	绿色供应 3-3,302-4,302-5	V4.3
	绿色办公 3-3,302-4,302-5	E1.7,E2.14-2.15,V4.3
以人为本，打造幸福职场	员工雇佣 2-7,3-3,405-1	S1.1-1.4,S1.7
	员工沟通 3-3,407-1	S1.6
	培训与发展 3-3,404-1,404-2	S2.1-2.2,S2.4
	健康与安全 3-3,403-5,403-6	S3.1,S3.4-3.5,S3.7,S3.9,S3.11-3.12
	员工关怀及文化建设 3-3,401-2	S1.10
回馈社会，守护民生福祉	搭建公益平台，用心点亮明天 3-3,203-1,203-2	V3.4-3.5
	支援医疗建设，助力乡村振兴 203-1,203-2	V3.4
	携手共克时艰，传递能量关怀 203-2	V3.4
	爱心汇聚，共建美好社会 203-1,203-2	V3.4
	未来展望 2-22	A1
附录	305-7	A4,E3.4

附录二：法律法规一览表

公司遵守的可持续发展相关法律法规	对应报告章节
《中华人民共和国公司法》	
《中华人民共和国证券法》	
《中华人民共和国网络安全法》	
《中华人民共和国反不正当竞争法》	规范治理，坚守诚信经营
《企业内部控制基本规范》	
《上海证券交易所上市公司内部控制指引》	
《上市公司治理准则》	
《中华人民共和国食品安全法》	
《中华人民共和国食品安全法实施条例》	
《保健食品注册与备案管理办法》	
《食品召回管理办法》	
《中华人民共和国广告法》	
《中华人民共和国商标法》	
《食品标识监督管理办法》	
《关于规范保健食品功能声称标识的公告》	
《中华人民共和国专利法》	
《中华人民共和国著作权法》	
《中华人民共和国消费者权益保护法》	
《中华人民共和国环境保护法》	
《中华人民共和国环境影响评价法》	
《中华人民共和国水法》	
《中华人民共和国大气污染防治法》	
《中华人民共和国水污染防治法》	
《中华人民共和国环境噪声污染防治法》	
《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》	
《建设项目环境保护管理条例》	
《建设项目竣工环境保护验收管理办法》	
《中华人民共和国循环经济促进法》	
《中华人民共和国公司法》	绿色发展，建设美丽家园
《中华人民共和国劳动法》	
《中华人民共和国劳动合同法》	
《中华人民共和国社会保险法》	
《中华人民共和国安全生产法》	
《中华人民共和国职业病防治法》	
《中华人民共和国工会法》	
《中国工会章程》	
《基金会管理条例》	以人为本，打造幸福职场
《公益事业捐赠法》	爱心汇聚，共建美好社会

附录三：其他环境信息

2022年增鹏排污信息

类别	主要污染物名称	排放浓度	环保设施	处理能力	处理效果
废水	化学需氧量	13mg/L	污水处理站	600吨 / 天	达标
	氨氮	0.207mg/L			
废气	非甲烷总烃	2.32mg/m ³	集中高空排放	—	达标
	二氧化硫	ND			
	氮氧化物	40mg/m ³			
噪声	噪声	昼间<60dB(A) 夜间<50dB(A)	隔墙、绿化	—	达标

注: 1、增鹏指广州市东鹏食品饮料有限公司,为东鹏饮料子公司,是公司唯一的重点排污单位。

2、报告期间,增鹏拥有正常运行的环保设施,污染物排放情况达标。增鹏废水处理采用“一级气浮+A/O+MBR膜过滤”处理工艺,废水处理设施全天候稳定运行;锅炉使用清洁能源天然气为原料,锅炉烟气经烟囱收集后高空排放,二氧化硫、氮氧化物等排放指标稳定达标;废水、废气排放方式为集中排放。

3、公司拥有污水在线检测设备,能实时监测并记录污染物的排放指标情况,增鹏自2018年起委托具有检验监测机构资质的第三方环境检测机构每季度进行一次三废检测。

4、公司《突发环境事件应急预案》于2021年11月24日备案成功,备案编号:341172-2021-005-L。

除增鹏外,2022年其他主要生产基地(非重点排污单位)污染物排放情况

基地名称	类别	主要污染物名称	排放浓度	环保设施	处理能力	处理效果
莞鹏	废水	化学需氧量	83mg/l	污水处理站	500吨 / 天	达标
		氨氮	2.96mg/l			
	废气	二氧化硫	<2.9mg/m ³	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	82mg/m ³			
		颗粒物	3.1mg/m ³			
	噪声	噪声	昼间<65dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间<55dB(A)			
华鹏	废水	化学需氧量	58mg/l	污水处理站	600吨 / 天	达标
		氨氮	2.82mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	82mg/m ³			
		颗粒物	1.8mg/m ³			
	噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间<50dB(A)			
桂鹏	废水	化学需氧量	10mg/l	污水处理站	390吨 / 天	达标
		氨氮	0.063mg/l			
	废气	二氧化硫	ND	集中高空排放	—	达标
		氮氧化物	159mg/m ³			
		颗粒物	ND			
	噪声	噪声	昼间<60dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间<50dB(A)			
徽鹏	废水	化学需氧量	76mg/l	污水处理站	1500吨 / 天	达标
		氨氮	0.394mg/l			
	废气	化学需氧量	256mg/l	污水处理站	600吨 / 天	达标
		氨氮	0.479mg/l			
		二氧化硫	ND			
庆鹏	废气	氮氧化物	30mg/m ³	集中高空排放	—	达标
		颗粒物	6.9mg/m ³			
		噪声	昼间<65dB(A)	隔墙、绿化带	—	达标
			夜间<55dB(A)			

注: 1、上述各基地全称如下:莞鹏指广东东鹏维他命饮料有限公司;华鹏指广东东鹏饮料有限公司;桂鹏指南宁东鹏食品饮料有限公司;庆鹏指重庆东鹏维他命饮料有限公司。

2、上述各基地均无超标排放情况,废水、废气的排放方式均为集中排放,环保设施均正常运行。



东鹏饮料(集团)股份有限公司

股票代码 605499



东鹏饮料2022年度可持续发展报告

由东鹏饮料董事办编制