

深圳宝安·华润啤酒新总部基地效果图

创新创业创机遇 华润啤酒锚定高质量发展，打造世界一流品牌

自1993年旗下第一家公司沈阳华润雪花啤酒有限公司[现华润雪花啤酒(辽宁)有限公司]成立以来,华润雪花啤酒(中国)有限公司(简称“华润啤酒”)以其卓越的市场表现和不懈的努力,成为酒类市场的一股强劲力量。近年来,华润啤酒始终坚定信心,千字当头,不断开拓大消费酒类市场新局面,助力中国啤酒行业书写新篇章。

30多年来,华润啤酒紧跟时代潮流,围绕华润集团的工作要求与目标任务,为客户提供优质的产品和周到的服务,持续提升股东价值,打造具有华润特色的国有资本投资公司,在加快发展新质生产力中砥砺奋进、在展现中国品牌独特魅力中担当作为、在积极助力实现“双碳”目标中锐意进取,锚定高质量发展,打造世界一流品牌。

源头控制:探索科学种植,发展国产啤麦产业

大麦是啤酒酿造的主要原料之一,对啤酒的风味有着重要影响。为酿造高品质的啤酒,华润啤酒坚持源头控制,积极推动啤酒大麦国产化,探索标准化种植。

在啤酒大麦种植过程中,华润啤酒科研团队与农业科研机构紧密合作,深入田间地头,观察啤酒大麦的生长情况,收集数据,不断调整和优化种植方案,不仅关注产量和品质,还注重土壤保护和水资源合理利用。通过一次次的试验和努力,华润啤酒成功培育出适宜我国气候和土壤的啤酒大麦品种,不仅品质优良、风味独特,还具有较强的抗逆性和适应性,为啤酒酿造提供了坚实的原料保障。

为确保啤酒大麦种植的可持续性,华润啤酒还采用先进的农业技术和环保措施。应用智能灌溉系统,精准控制灌溉量和灌溉时间,有效提高水资源的利用效率。采用有机肥料和生物防治等环保措施,减少农药和化肥的使用量,保护土壤的生物多样性,实现与环境和谐共生。

为进一步推动国产啤麦产业振兴,保障原料供应的安全性和稳定性,华润啤酒通过携手国产啤麦产业链各环节的企业和科研机



“国麦振兴”项目落地呼伦贝尔

构,持续推动“国麦振兴”项目落地。2023年8月,华润啤酒携手呼伦贝尔农垦集团,在北方草原地区成功落地“国产啤麦品质提升及标准化种植质量保障体系研究”项目;2024年,在江苏农垦淮海农场、临海农场再次组织啤麦标准化种植测产。通过践行行业领军企业的责任担当,华润啤酒持续助力构建自主可控、安全高效的原料供应链,为中国啤酒行业注入新的活力,有力提升整个产业链的竞争力和可持续发展能力。

生态环保:践行低碳理念,守护蓝天碧水净土

从啤酒大麦的种植到啤酒的生产,再到最终的销售环节,华润啤酒始终坚持绿色、环保、可持续的发展理念,将“环境友好”理念融入全链条的各环节。

在生产环节,华润啤酒采用先进的生产工艺和设备,不仅提高了原料的利用率,降低生产成本,还保证了啤酒的纯净口感和卓越品质。同时,严格遵守环保相关法律法规,对废水、废气等污染物进行严格处理。建设先进的污水处理站,通过生物降解、物理过滤等多重手段,将废水中的有害物质去除,确保排放的水质达到甚至优于国家标准。安装废气处理设施,通过吸附、催化等方式,将废气中的有害物质转化为无害物质,减少对大气的污染。

在销售环节,华润啤酒秉持低碳环保的理念,使用可回收的包装材料,如玻璃瓶、铝罐等,这些材料可以通过回收再利用,减少对环境的污染。积极推广环保的运输方式,使用清洁能源车辆、优化物流路线等,进一步减少运输过程中的碳排放。这些举措不仅降低了企业的运营成本,还提升了企业的品牌形象,提高了华润啤酒的影响力和美誉度。

此外,华润啤酒还不断加快创新研发的步伐。2024年,华润啤酒碳中和研发中心揭牌成立,在湖北省武汉市、安徽省蚌埠市、四川省凉山彝族自治州设立3个碳中和研究基地;同年,凉山工厂荣获SGS(通标标准技术服务有限公司)颁发的碳中和证书;自主创新的“食品可接触麦糟蛋白水性防油涂料、防油纸”新型生物基防油涂料荣获第九届生物基大会暨展览(Bio-Based 2024)新叶奖“创新材料奖”,成为华润啤酒助力行业绿色高质量发展的又一重要成果。



2023年被评为“国家级绿色工厂”的华润啤酒赣南工厂园区

锐意变革:抢抓市场机遇,迈向高质量发展

面对日益激烈的市场竞争和消费者日趋多样化的需求,2017年,华润啤酒启动“3+3+3”战略规划,走上品牌重塑、产能优化、组织

再造之旅,推动华润啤酒从规模扩张向高质量发展转型升级。

为了强基础、蓄能量,华润啤酒整合生产资源,关停工厂30余家,优化低效产能500余万吨,实现了规模效益最大化。与此同时,还加大对高端市场的投入力度,推出了众多高端产品系列,2019年与喜力实现战略合作,引入喜力等国际品牌群,进一步提升华润啤酒在高端啤酒市场的竞争力。

在技术创新方面,华润啤酒成立技术研究院,携手产业链上下游伙伴共同打造具有国际影响力的“中国啤酒”科技创新平台。平台汇聚了国内外的科研力量和创新资源,为啤酒行业创新发展提供了强大支撑。通过技术创新和研发,华润啤酒不断推出新产品和新工艺,满足消费者日益多样化的需求。2023年底,依托科学性、系统性、卓越性与适用性的管理体系,华润啤酒荣获第二十届全国质量奖,成为近20年内首家获此奖项的啤酒企业。

面对白酒市场机遇,华润啤酒以敏锐的市场洞察力和高效的执行力,通过参与景芝白酒、金种子酒业和金沙酒业混改或收购等方式,迅速布局白酒业务,形成了“啤白双赋能、白白共成长”的业务布局,为深化国有企业改革和高质量发展注入新动力。

2023年,华润啤酒实现营业收入389.32亿元,归母净利润51.53亿元,全年啤酒销量1115.1万千升,稳居中国啤酒品牌年度总销量第一。



品牌建设:挖掘文化内涵,全方位提升形象

多年来,华润啤酒深耕中华优秀传统文化,挖掘品牌文化内涵,努力塑造东方文化品牌。通过融合中国千年酿酒文化,推出“醴”与“醴醴”两款高端啤酒产品,诠释华润啤酒的浓厚文化底蕴。

在以传统文化赋能品牌内涵的同时,华润啤酒逐步构建了“顶部传承,中部创新,底部品质”的品牌矩阵和企业文化内涵。通过醴、匠心营造、脸谱系列等高端啤酒产品阐述中国传统历史文化,通过勇闯天涯superX、马尔斯绿、雪花纯生等产品诠释中国当代文化,并以品质为底铸牢发展基石,推动华润啤酒在世界舞台上讲好中国啤酒品牌故事。

为达成更好的经营目标,华润啤酒通过实施系列创新举措,在跨界融合中取得了显著成果。白酒业务迅速崛起,成为华润啤酒新的增长点;啤酒业务继续保持稳健的发展态势,为中国啤酒行业树立了创新发展典型。

30多年来,华润啤酒始终坚持以消费者为中心,紧跟时代发展步伐,不断创新和变革,致力于打造科技名片、文化名片、绿色名片。展望未来,华润啤酒将坚定信心、勇毅前行,阔步高质量发展新征程,不断开创大消费酒类市场新局面。

数据来源:华润雪花啤酒(中国)有限公司