

《青岛啤酒股份有限公司 2021 年环境、社会及管治报告》评级报告

受青岛啤酒股份有限公司委托，中国企业公众透明度研究中心社会责任报告评级专家委员会抽取社会责任与可持续发展、企业所属行业以及公共传播等领域专家组成评级专家组，对《青岛啤酒股份有限公司 2021 年环境、社会及管治报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

国家标准委《社会责任指南 GB/T36000-2015》、国际标准化组织《组织社会责任标准 ISO26000》、全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》(GRI standards)、中国企业公众透明度研究中心《中国企业社会责任报告评级管理办法（2022）》。

二、评级过程

企业公众透明度的社会责任报告评级工作由中国企业管理研究会可持续发展评价智库发起，中国企业公众透明度研究中心社会责任报告评级专家委员会组织实施。评级专家组通过报告评审会，对提交《报告》进行过程、内容、形式和传播四个维度评价、打分，形成评级报告，并确认签字。

三、评级结果

经过评级专家组最终评定，《青岛啤酒股份有限公司 2021 年环境、社会及管治报告》为 **A** 级报告。

四、评级分析

披露信息更加生动，表达方式方面表现较好。

（一）过程维度

1. 外部参与性 (A)

《报告》中披露公司识别与筛选主要利益相关方群体，以及关键利益相关方参与过程、方法，充分考虑利益相关方期望，外部参与性体现较为充分。

2. 沟通主动性 (C)

《报告》中未披露第三方鉴证、评级报告等，建议在报告写作、设计、评价发布等过程引入社会责任、可持续发展领域专家意见，进一步披露沟通结果。

（二）内容维度

1. 理念一致性 (CCC)

《报告》中披露公司个别治理信息涉及社会责任战略层面的愿景、理念、工作方法，可持续发展理念体现不充分。

2. 议题实质性 (BBB)

《报告》章节设置较为符合公司可持续发展重点及社会关注重点，并对重要议题以专题形式回应，议题实质性体现较为充分。

3. 指标完整性 (AAA)

《报告》披露了报告范围、时间和边界，阐述了公司在实质性议题方面的实践情况，并通过直观、丰富的数据展示了公司社会责任实践的优秀实践以及行业核心指标，脉络清晰，详略得当，整体内容清晰完整体现卓越。

4. 信息平衡性 (AAA)

《报告》中不仅披露公司优秀履责实践，还用定性定量结合的方式披露报告期内公司遇到的主要挑战和消极表现，并加以回应，客观平衡性表现卓越。

（三）形式维度

1. 文字可读性 (BBB)

《报告》中整体文字写作较为外部化，写作体例统一且有一定逻辑性；同时各主体章节依据内容的不同采取不同的写作方式，让

2. 设计多元性 (AAA)

《报告》整体设计用色多元、排版活泼、图形及插图应用合理，设计元素与公司定位一致；同时对数据采用了图示化表达，并选用适宜、有冲击力的图片对公司履责实践进行补充与展示，风格整洁、清晰，展现效果卓越。

（四）传播维度

1. 获取便捷性 (AAA)

《报告》可通过多种公开渠道获取，传播渠道畅通。

2. 互动体验性 (C)

《报告》中未嵌入任何社会责任相关延伸链接，互动体验性有待提升。

评级专家组

组长：

郭毅

组员：

冯蒙舒

评级时间：2022 年 12 月 16 日



扫一扫，了解更多评级信息