

安琪酵母股份有限公司 2019年度社会责任报告

2020年3月29日

- 关于本报告

- 时间范围：2019年1月1日至2019年12月31日，部分内容包含以前年度的社会责任信息
- 发布时间：本报告为年度报告，每年和公司年报一起发布
- 组织范围：以安琪酵母股份有限公司为主体，包括所有下属公司
- 数据说明：本报告所引用的数据，均来自公司公开文件
- 可靠性保证：公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担相应责任

- 目 录

- 第一章 关于安琪
- 第二章 主体责任
- 第三章 未来展望

- 安琪酵母股份有限公司（以下简称“公司”）2019年度社会责任报告是依据《公司法》、《证券法》等相关法律法规，结合公司在履行社会责任方面的具体情况而编制的。

- 本报告总结和反映了2019年度公司在做好生产经营的同时，对促进经济可持续发展、环境保护和社会公益等利益相关方所履行社会责任的实践情况。

• 第一章 关于安琪

- 安琪酵母股份有限公司创立于1986年，总部位于湖北宜昌，是一家国有控股上市公司，股票代码600298。33年来，安琪以“做国际化、专业化生物技术大公司，打造百年安琪”为战略目标，在中国山东、内蒙、新疆、河南、广西、云南及埃及、俄罗斯两国，投资建立了十大生产基地、十五条高度现代化的酵母及酵母抽提物生产线，实现了国内“东西南北中”生产布局和“制造国际化”的追求，发展成为中国最大、全球第三大酵母公司，全球市场占有率超过13%。



- 安琪是国家高新技术企业、国家技术创新示范企业，拥有国家级企业技术中心，博士后科研工作站，获得授权发明专利259件，主导或参与制定了酵母及酵母衍生品的全部国家标准及行业标准，两次荣获国家科技进步奖。
- 在发展历程中，安琪始终坚持“发展生物科技，创新健康生活”的企业使命，依靠科技进步和自主创新着力打造企业的核心竞争力和可持续发展能力，在全球155个国家和地区提供优质、可靠的产品同时，始终保持与股东、合作伙伴、投资者等各方利益相关人良好的信任关系，追求企业与员工、社会、自然的和谐发展，以实际行动回报股东，回报社会，努力践行社会责任。

• 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。



- 安琪始终秉承“技术质量为生命”的核心价值观，以“天然、营养、健康、美味”为产品研发理念，持续加强产品质量和品质，源源不断地为市场客户提供高于行业标准的合格产品，为全球消费者提供优质酵母及食品原料产品及服务。

- 安琪担任中国生物发酵产业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中国粮油学会、中国食品添加剂和配料协会、中国畜牧兽医学会等行业组织的副理事长职务等行业的副会长职务，以及中国生物发酵产业协会酵母分会、中国粮油学会发酵面食分会、中国焙烤食品糖制品工业协会面包师分会等的理事长职务，积极为行业的技术创新、健康发展贡献力量。



• 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国马德里商标国际注册十强企业，拥有“安琪”“福邦”两件中国驰名商标。“安琪”品牌是“中国名牌”，已成为具有较高知名度、广泛影响力的国际品牌，“安琪纽特”连续五届入选“中国保健品十大公信力品牌”。
- 安琪在开罗、利佩茨克、北京、上海、成都、广州、武汉、沈阳、宜昌等城市建立了区域总部，为用户开展培训和服务。安琪集聚了全球最先进的烘焙技术和应用能力，与焙考林、Sonneveld等众多国际知名品牌合作，聘请了多位国际专家为技术顾问；安琪烘焙与中华面食技术中心拥有100多位专业面包师和面点师，他们深谙行业的需求和动向，长期贴近海内外客户，与用户的深度融合，更有针对性、实战性地开展专业化应用技术服务。



• 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

安琪产能分布	建厂地址	酵母产能 (万吨)	酵母抽提物 产能(万吨)
宜昌总部	湖北宜昌市	2.50	1.00
安琪赤峰	内蒙古赤峰市	2.50	—
安琪伊犁	新疆伊犁州	3.00	0.80
安琪滨州	山东滨州市	0.70	—
安琪睢县	河南商丘市	0.44	—
安琪崇左	广西崇左市	3.50	0.80
安琪柳州	广西柳州市	—	4.00
安琪埃及	埃及开罗	2.40	1.20
安琪德宏	云南宏德	3.00	—
安琪俄罗斯	俄罗斯利佩茨克	2.00	—
合计		20.40	7.80

◎ 安琪已在中国、埃及、俄罗斯建立了国际化的生产基地。

◎ 全球酵母产能20.4万吨，酵母提取物（YE）产能7.8万吨。

◎ 2019年，安琪生产规模稳步增加，产品质量大幅提升。公司全年发酵总产量达到25.8万吨，关键质量指标提升10%，能源消耗同比下降4%。

◎ 2019年，安琪海外市场销售收入同比增长12.6%，产品出口全球一百五十五个国家和地区。海外市场本土化营销与品牌宣传持续开，全球各区域市场开展市场会战与行业活动50余场，海外市场影响力进一步增强。

◎ 2019年安琪跨国化指数20.9%，较上年提升一个百分点，远高于2019中国前100大跨国公司16%的平均水平。公司在跨国本土化的道路上稳中有进，扎实前行。

• 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 有面包的地方就有安琪
- 近年来，安琪积极参与中国“一带一路”实践和建设，加快“走出去”的步伐。
- 目前安琪已在尼罗河畔和莫斯科建成了两条现代化的酵母生产线，海外酵母年产能超过4.4万吨，海外工厂初步具备全品类生产功能。
- 2019年3月，安琪第一条海外酵母提取物生产线在埃及投产。



- “围绕工厂，先造市场”，公司对海外投资提出了“市场开发与工厂建设同步推进”的要求。海外项目刚启动时，市场工作就紧锣密鼓推进。
- 俄罗斯工厂建设之初，安琪就组织了俄罗斯市场攻坚战。
- 三年间，俄罗斯本土市场经销商由3家，增加到200多家，建成覆盖全俄的营销网络。酵母销量平均每年增长率超过200%，中亚市场销量翻番。

• 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 积极践行“一带一路”倡议，分享海外建厂运营经营
- 2019年12月，全国上市公司共建“一带一路”国际合作论坛暨跨国投资大会在北京举行。论坛由中国贸促会、全国工商联、世界贸易中心协会共同主办，安琪酵母董事长熊涛应邀分享了海外建厂运营的经验。
- 安琪践行国家一带一路战略，实施了多个境外投资项目，均达到了预期目标，推动了企业国际化和高质量发展。

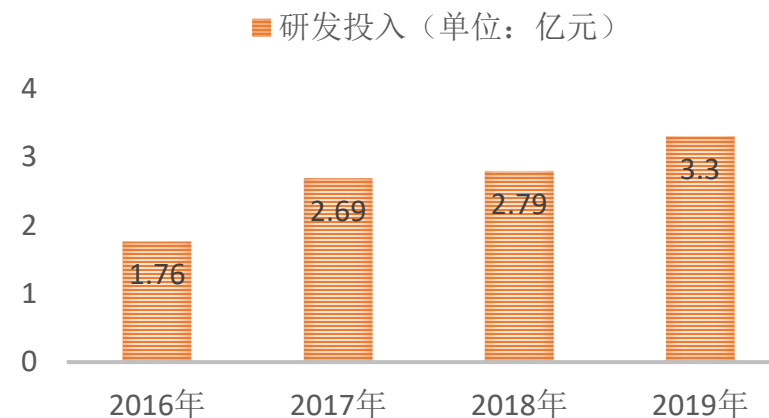


- 走出去，海阔天空，这是安琪一直以来推进国际化战略的最大体会。
- 安琪将继续围绕“做国际化、专业化生物技术大公司，打造百年安琪”战略目标，大力实施跨国本土化战略，稳步推进埃及二期、俄罗斯二期项目，继续推进海外建厂的投资选址，积极拓展海外融资新渠道，加快设立海外营销服务机构，全面提升国际化成熟度，为中国企业响应国家“一带一路”倡议和实施“走出去”战略，做出有益探索和积极努力。

• 第二章 主体责任

二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 实施创新驱动，提升主导产品核心竞争力
- 2019年，安琪实施研发项目246项，其中公司层面重大研发项目18项；新产品开发39项，对外研发合作项目43项。
- 技术创新方面，酵母新菌种开发取得成效，建立了完整的野生酵母菌种采集鉴定技术体系；YE抗吸潮技术、酵母气味物质研究、酵母细胞壁深度开发、谷胱甘肽纯化技术研究取得较大进展；高质量建设了宜昌市生物技术公共服务中心，有力支持了宜昌市生物技术产业的发展。



- 2019年，安琪研发总投入达3.33亿元，同比增加19.35%。

• 第二章 主体责任

二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 安琪YE产品创新升级
- 2019年11月，中国国际天然提取物和健康食品配料展览会在广州举行，安琪YE携五大升级解决方案亮相。
- 针对华南地区企业特点，安琪重点推出酱油、调味酱、复合调料、肉制品领域风味、口感升级方案，并特别带来安琪YE在豆奶、乳制品饮料中的最新应用成果。

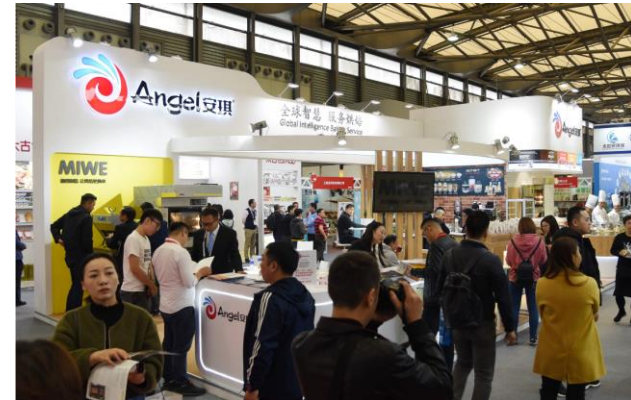


- 安琪纽特蝉联四届中国婴童产业原点奖
- 2019年12月，由中童传媒主办的CBIS第六届中国婴童产业领袖峰会在北京落幕。安琪纽特受邀参会，并一举获得中国婴童产业原点奖——最佳行业推动奖、最佳标杆企业奖两项大奖，成为行业唯一蝉联四届原点奖的品牌。

• 第二章 主体责任

二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 全球智慧、服务烘焙
- 2019年11月，“第23届 FHC上海全球美食及餐饮设备展览会”在上海新国际中心开幕。安琪全新呈现的咖啡和烘烤设备等贸易业务，与优质的酵母及烘焙原料的有机搭配，组合成三套极具针对性的应用技术解决方案，包括：圣诞季烘焙产品解决方案、Café店轻食和咖啡组合模块解决方案、德国MIWE门店类烤炉智能化烘烤冷冻面团应用。
- 安琪烘焙大师们精心制作了帕尔马火腿三明治、三文鱼汉堡潘娜托尼、Stollen和花环辫子面包等轻食和圣诞面包，展示了安琪优质产品组合所带来的优异效果；MIWE门店系列烤炉与全自动冷冻冷藏发酵柜GVAS结合的强大功能，让不少饼店经营者跃跃欲试；谢尔夫咖啡所体现的专业、细致、以及门店管理服务，让不少致力跨界运营者大开眼界。



• 第二章 主体责任

二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 持续开展“面点师之乡”和“酿酒师之乡”等活动、冠名承办中华发酵面食大赛和“大学生创新食品竞赛”，大力弘扬中国传统发酵面食和酿酒文化。



- 开展“酵醒土壤，种出品种——2019安琪福邦酵母源营养肥地标作物种植行”活动，提升了福邦有机肥的影响力。
- 承办中国营养学会主办的《中国食品工业减盐指南》实践研讨会，有效宣传了安琪酵母抽提物在食品工业中的减盐功效。



• 第二章 主体责任

二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 2019年12月，欧洲食品配料展在法国巴黎会展中心开幕。YE食品调味事业部、特种酶事业部组团参展。
- YE事业部结合行业趋势，重点推出YE在植物蛋白肉、饮料风味提升、味精取代、降盐等领域的解决方案，特种酶事业部围绕蛋白水解及面制品改良两大主题对产品及应用技术解决方案进行推介。同时，新单品乳糖酶和菠萝蛋白酶也受到新老客户广泛关注。
- 欧洲食品配料展是业界关于食品及配料最高层次的国际行业盛会之一，本次展会共计超过1700多家企业参展。通过此次展会进一步提升了安琪YE、酶制剂安占美品牌在欧洲市场的影响力。



• 第二章 主体责任

二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 2019年12月，安琪微生物营养事业部先后参加了在德国法兰克福和印度新德里举办的世界制药原料展（CPHI）。CPHI是全球最大的制药类系列展会，本次展会上，安琪重点推荐了试剂级酵母浸粉、酵母蛋白胨、酵母浸出物液干粉及细胞培养专用酵母浸出物等系列微生物和细胞营养元创新产品，得到了到新老客户的关注，展会现场与部分新用户达成了合作意向。
- 近些年，伴随着生物医药产业的快速发展，安琪在微生物营养和细胞营养领域不断进行产品创新、应用创新和宣传推广创新，使安琪在业内的国际品牌影响力日益加强。通过参展与广大的行业成员和新老客户进行交流，进一步加速了安琪发酵营养元产品海外市场拓展步伐。



第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 大力践行“一带一路”，持续提升国际影响力
- 中央电视台“一带一路进行时”栏目以《一家中国酵母厂带来的互利共赢》为题，报道了安琪“走出去”所取得的经济和社会效益。海内外多家高端媒体报道俄罗斯工厂竣工投产。



- 公司与“一带一路”国际技能大赛组委会达成战略合作伙伴关系，成为大赛烘焙项目的官方指定烘焙原物料赞助商，全面支持赛事的宣传推广工作。

- 第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 加强海外市场本土化营销和市场服务
- 2019年12月，第五届开罗食品展（Food Africa Cairo）在埃及开罗新国际展厅盛大召开。
- 安琪作为本次展会的金牌赞助商和当地最受关注的食品企业成为本场展会的亮点，推出的“酵母+食品原料”组合倍受客户关注。



- 本次展会成功吸引超过30个国家的350家公司参展，观摩人数超2万人。公司烘焙国际和YE调味事业部联合参展。埃及总理、中国大使馆参赞莅临安琪展位观摩，亲切询问安琪在埃及的发展和运营情况，并充分肯定安琪始终坚持服务埃及经济的宗旨。

• 第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 整合国际优质食品原料，服务全球烘焙行业
- 安琪始终坚持以酵母为核心，积极拓展相关业务领域。在烘焙领域，安琪针对全球多样化的烘焙应用需求推出多样化的酵母。在此基础上，采用自主开发与全球甄选的方式为客户提供一站式的优质烘焙原料，并依托烘焙酶制剂产品技术的日益成熟，帮助客户全面提升烘焙产品的品质。



- 连续四年为全国职业院校食品加工技术类骨干教师开办烘焙培训班，全面提升烘焙师资水准。累计开办烘焙与中华面食培训班逾百期，为全国各地输送一流面点师、面包师数千名，帮助学员创业，扶植并培养了一大批知名的发酵面食连锁企业。

- 第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 良好的品牌形象获得社会高度认可
- 安琪入选2019中国品牌价值评价榜单，位列食品加工类目中第四位。公司受邀在中国品牌发展国际论坛上交流安琪品牌建设的实践体会。

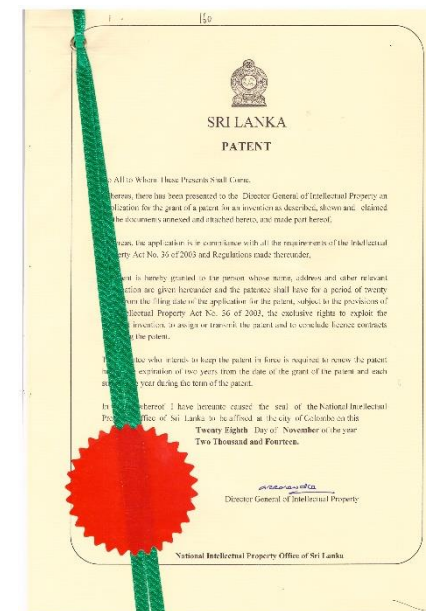


- 公司为第48届国际青年烘焙师大赛的中国国家队选手选拔、技术培训提供全程支持，助力中国队夺得大赛团体冠军和单项金奖、银奖。在多所高校举办第二届“安琪酵母杯”大学生创新食品竞赛，冠名第六届“安琪酵母杯”中华发酵面食大赛总决赛、第三届“安琪酵母杯”全国青年烘焙师创意面包大赛等行业活动。

• 第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

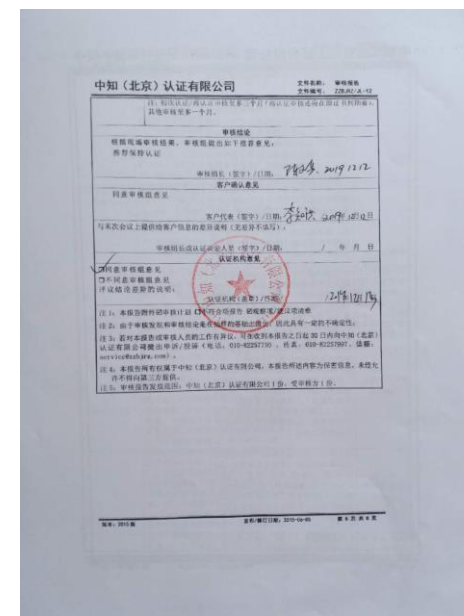
- 重视知识产权工作，提升核心竞争力
- 2019年，公司进一步完善了知识产权管理体系的运行，推进专利战略规划布局，推进酵母国际标准的制定。全年申请专利 37 件，获得专利授权 14 件，发布 3 项国标行标。
- 截止2019年末，安琪共申请专利671余件，其中授权国内发明专利195件，国外发明专利64件，实用新型申请19件，外观专利申请82件；专利申请涉及酵母及相关产品的各个技术领域。
- 安琪还通过PCT、巴黎公约途径，在美国、巴西、欧盟、加拿大、南非、澳大利亚、韩国、日本等40多个国家和地区提出了130件国际专利申请。



• 第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

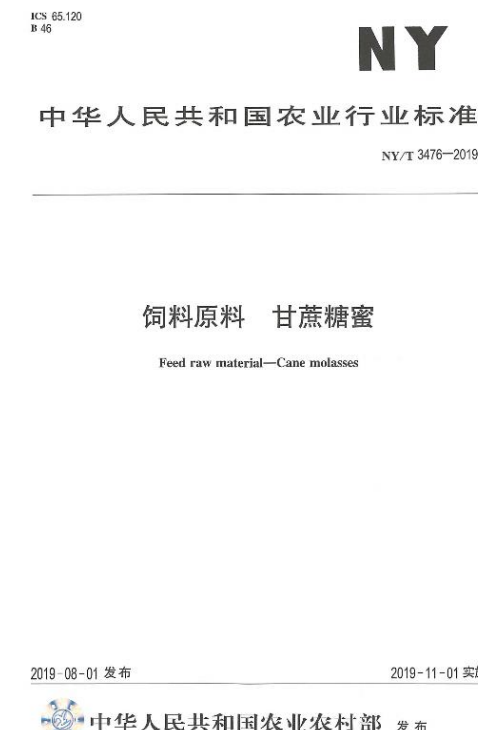
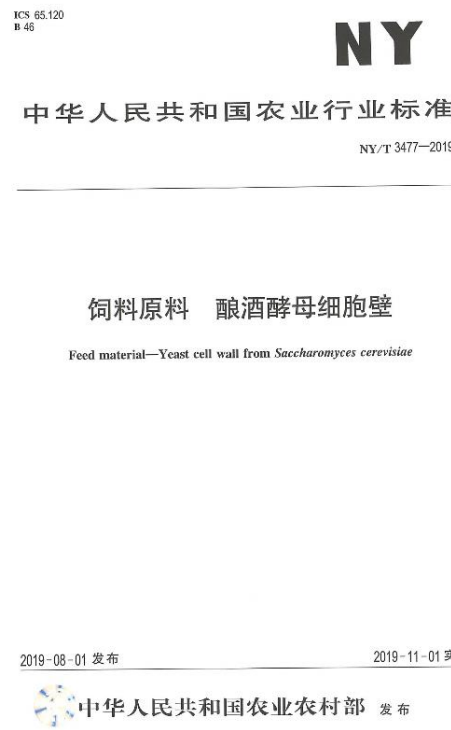
- 公司2017年通过知识产权管理体系认证。在近2年的工作运行中，推进了知识产权体系建设的有效性、实用性，形成了涵盖采购、生产、研发、销售、财务、人力资源全流程的知识产权管理和运营。
- 2019年12月，中知（北京）认证有限公司对安琪知识产权管理体系进行了现场审核。审核组对安琪知识产权工作给出了高度评价，现场审核结论为“直接推荐保持认证”，不合格项为零。



• 第二章 主体责任

三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

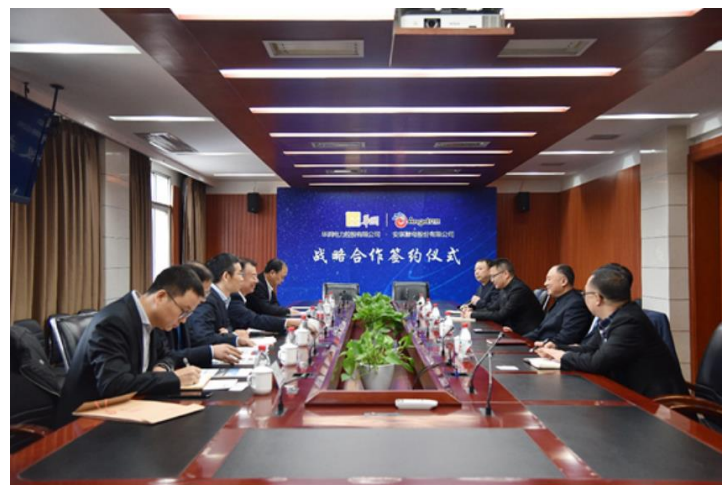
- 由安琪酵母等龙头企业牵头或参与，加快推进了中国酵母行业标准化工作，使酵母行业的标准体系进一步完善。
 - 安琪参与起草的《取水定额：酵母制造》国家标准、《饲料原料：酿酒酵母细胞壁》《饲料原料：甘蔗糖蜜》行业标准等在2019年相继颁布实施。
 - “以糖蜜为原料年产8000吨及以上酵母制品及酵母衍生制品”纳入国家产业结构调整指导目录鼓励类。



• 第二章 主体责任

四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 拥有了全方位的战略合作伙伴
- 安琪与国家粮食局科学研究院、江南大学、河南工业大学、北京工商大学、三峡大学、四川旅游学院、武汉商业服务学院、福建师范大学、重庆商务高级技工学校、广东省贸易职业技术学校、北京阳光海伦烘焙培训学校、南京伊特维尔烘焙工作室、三全食品股份有限公司、郑州思念食品有限公司、中华谷类食品工业技术研究所、奥地利焙考林公司、荷兰舒威尔公司、新加坡中华面点师协会、菲华面包糕饼同业公会奥地利焙考林、荷兰脱模油品牌Sonneveld公司、梅花集团、广东国兴农等建立了战略合作关系。
- 报告期内，安琪与华润电力签订战略合作协议，双方将主要围绕电力市场化交易，在购售电业务及相关服务、开发建设智慧能源管理系统等7个方面实现可持续的多业态合作，安琪将在电力市场化交易方面获得更大的优惠空间。



• 第二章 主体责任

四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 建立了廉洁经营的监管机制
- 安琪倡导员工忠诚守信、纪律严明、自律自省、风清气正；从思想上引导员工树立遵纪守法、廉洁自律的合规意识。
- 安琪专门制定了廉洁风险防控手册，完善廉洁经营管理运行机制，规范公司经营管理行为，提升公司廉洁自觉性，强化公司廉洁氛围，维护公司持续健康发展。
- 安琪廉洁经营管理规范从采购、工程项目、销售、人力资源、财务管理和行政管理六个环节对公司及子公司廉洁经营事项进行阐述，建立了相关制度流程，审计监察部定期对廉洁风险管理情况进行检查，年度考核评价。公司纪委不定期组织专项检查督办。



- 致力营造机会均等的招标环境
- 2019年安琪原材料采购全部采用公开招标方式，生产性原料项目2250个，金额13.2亿元。
- 2019年，安琪工程项目全部采用公开招标，共招标122项，金额1.7亿元。

• 第二章 主体责任

四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

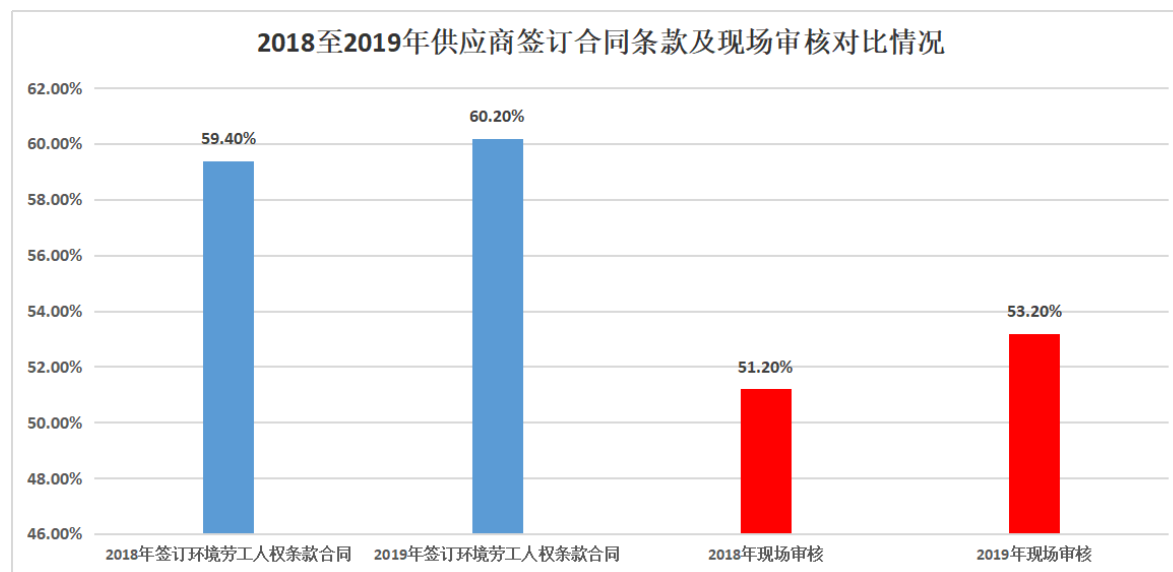
- 不断完善供应商管理机制，确保公平竞争并建立健康长久的合作关系
- 安琪已拥有一大批能提供稳定合格原材料的供应商，完全确保公司产品的食品安全和产品品质，同时公司尝试进行供应商管理和培训，与供应商共享资源，提升供应商的自主管理水平，实现全链条质量管理。
- 报告期内，安琪在采购社会责任上继续从公平公正、消费者权益、劳工人权环境和社区关系等方面开展工作，将社会责任评价列入供应商评价得分项。
- 我们也在不断的给供应商灌输和培训社会责任和可持续发展的思想，提升供应商的社会责任意识，实现可持续的供应链。
- 安琪对每一个供应商都遵循公平合法诚信原则，每位合作的供应商都会和我们签订合法合同，合同签订率达到100%。



• 第二章 主体责任

四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 重点关注对劳工人权和环境带来较大影响的供应商。
- 安琪不仅关注供应商质量问题，同时也关注供应商的劳工人权以及对环境的影响，每年和我们签订环境、劳工和人权要求条款合同的供应商在逐年上涨，而且进行现场审核的供应商也在逐步上升。



- 在新增原料包材供应商审核方面，实施了“童工、囚工、工时制度不透明、严重污染、严重安全隐患、无工伤保险”一票否决的基本社会责任要求，进一步提升劳动人权在供应商管理中的核心位置。除此以外，采购RSPO证书棕榈油所生产的乳化剂，非转基因玉米生产的玉米淀粉等等也是安琪采购在环境问题上关注的重点。

• 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 完善环保制度体系，建立长效发展机制
- 公司早在1999年就提出“环保也是竞争力”的经营理念，以保护环境为己任，持续推动环保治理、节能减排和清洁生产，获得“宜昌生态 环境保护奖”；公司被中国生物发酵产业协会评为全国生物发酵行业节能环保示范企业；起草并制定了《发酵行业（酵母）清洁生产评价指标体系》。
- 环境保护一直是公司可持续发展的重要战略，公司为此制定了《环境保护管理制度》、《环保事故应急处理预案》、《原材料泄露应急处理 技术预案》、《固体废物处理管理制度》、《废水处理操作规程》等系列制度，并通过了ISO14001环境管理体系认证。
- 2015年，公司针对国家环保新形势要求，又提出“国家标准、社区满意”的双达标新目标，这一目标的提出，将安琪的环境保护工作推向了一个新的高度要求，公司要求环保工作再起航，进一步加大环保投入，优化现有处理设施，确保新目标的实现。
- 公司建立了环保重大隐忧管理制度，所有生产线必须每季度向总部收集汇报存在的环保隐忧，及时提供解决方案，确保环保运行合规合法。

• 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

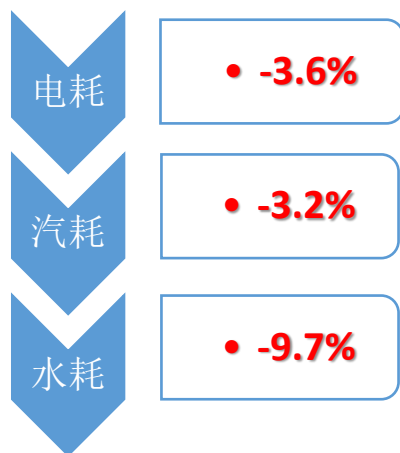
- 以节能减排为目标, 推进环保的技术进步
- 2019年, 公司大力进行废气治理技术研究和引进, 在主要工厂均加快实施了废气治理工程。生产管理上加强厂界周围及环保敏感目标的异味和噪音巡检, 在宜昌、伊犁等工厂定期开展社区交流活动, 都取得了良好的效果。
- 公司严格执行新、改、扩建工程“环境影响评价”和“三同时”制度, 所有投资项目环保要求必须符合国家和相关制度和标准要求, 项目可行性研究必须充分考虑环保问题, 项目实施必须符合相关制度和标准。
- 公司持续依靠技术进步, 提高污染物排放标准, 减少排放, 提高效能, 打造了企业的核心竞争力, 建立了行业的标杆。
- 在生产环节, 公司严格执行排放强度准入, 鼓励节能降耗, 实行清洁生产并依法强制审核, 主要清洁生产指标在行业内处于绝对领先水平。



• 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 2019年公司环保设施运行正常，三废及噪声治理设施运行稳定，各项污染物排放指标均符合环保监管要求。
- 2019年全公司环保运行费用达到4.6亿，同比增长17.9%。



- 2019年公司重点推进清洁生产工作，各项能耗指标和污染物排放浓度指标均持续降低。
- 主要能耗指标电耗下降3.6%，汽耗下降3.2%，水耗下降9.7%，生产主要污染物产生指标均持续下降。
- 近六年来，公司主要产品吨高活性干酵母能源消耗指标持续下降，累计减少水消耗617万吨，减少电力消耗7661万度，减少蒸汽消耗11.64万吨。
- 主要限制性排放污染物COD下降64.6%、氨氮下降58.6%、SO₂下降92.8%、NO_x下降35.7%。

• 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 持续推动环保治理升级改造工作。

- 公司高度重视异味治理，完成了新疆异味治理三期，宜昌工厂、生物产业园、埃及公司等酵母废气治理项目，在柳州公司、宜昌工厂使用了新的蒸发尾气治理系统，效果良好。

- 废水治理方面，宜昌工厂增加新型生物脱氮装置，睢县、滨州工厂进行了总磷提标升级改造，埃及公司扩建二期环保设施处理能力，崇左公司进行了MVR升级改造。

- 固废治理方面，伊犁和俄罗斯公司新建污泥堆肥处理生产线，赤峰和崇左公司完成固废项目征地。



- 公司以酵母发酵培养液为核心原料开发的“福邦”酵母源营养肥被评为中国有机肥十佳知名品牌。
- 肥料产品在国内率先获得欧盟、美国、日本和中国有机农产品投入物的四项认证。
- 近五年来，“福邦”系列肥料已累计投放高品质有机肥料约100万吨，服务农业种植面积突破1000万亩，惠众全球农业用户百万余人，带动农民种植户和经销商实现直接经济效益约15亿元。

发展生物科技 创新健康生活

• 第二章 主体责任

六、提炼形成独特的企业安全文化，强化危险源辨识和风险管控，扼制三违行为。

- 公司适时调整集团和公司两级安全生产委员会，定期召开安委会会议，落实党委议安制度，解决安全隐患和聚焦问题。每次会议听取汇报之前，持续坚持开展安全专题开展培训。
- 提炼形成了独特的企业安全文化，并在集团内部开展广泛的推广宣贯。结合工作职责横向到边、纵向到点层层签订了安全生产和消防安全责任制，并逐一严格落实兑现。



企业安全文化:

安全承诺: 安全第一, 遵章守纪, 拒绝三违

安全愿景: 百年安琪, 安全百年

安全价值观: 员工为本, 严管是爱; 安全即是尊重, 隐患就是事故

安全使命: 通过持续的风险识别、安全投入、培训教育和提高管理者能力实现本质安全

第二章 主体责任

六、提炼形成独特的企业安全文化，强化危险源辨识和风险管控，扼制三违行为。

- 公司适时修订了生产安全事故应急救援预案，定期针对消防安全、危险化学品、受限空间、特种设备开展多种形式的应急演练。为了提高演练质量，邀请消防专业机构参与指导，并借助逃生帐篷开展模拟演练和急救知识培训，使之既符合国家法规要求又具备实际运用效果。



- 清理、充实了集团、公司、部门三级安全管理机构和人员。全年开展重大节假日节前安全检查和安全生产月特定活动外，还根据季节特点和外部事故案例情况开展消防专项检查及其它专项隐患排查。
- 公司除了开展每日常规隐患排查和常规节前隐患排查外，还开展每周重要危险源隐患排查、每季度重大隐忧专项排查活动，集团每年对各子公司开展专项EHS体系评审工作。

• 第二章 主体责任

六、提炼形成独特的企业安全文化，强化危险源辨识和 risk 管控，扼制三违行为。

- 结合双重预防机制要求改进了危险源辨识方法，加强了生产安全隐忧监管力度。按照新方法建立了《集团化危险源辨识和 risk 管控制度》，各公司自下而上，全面开展了新的危险源辨识工作，力求更全面、更清晰地识别安全风险，降低事故发生可能性。
- 安环部全年共参与四新评审项目1307个，隐患随手拍数量699个。



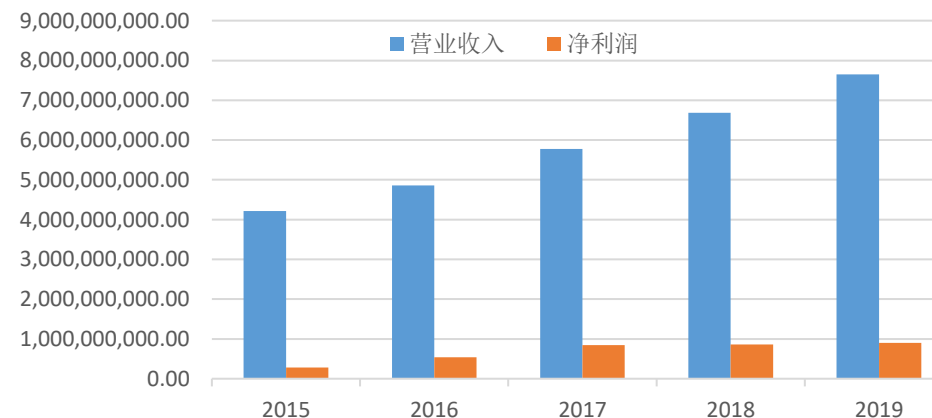
- 注重外来人员的管理，健全参观接待的安全规范，将安全提示、应急理念贯穿于外来人员监管中。



第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 及时、准确、真实履行信息披露义务，保护股东知情权
- 安琪一直按照有关法律、法规的要求在中国证监会网站和指定报刊上披露信息，使全体股东享有平等获得公司信息权利和机会，没有发生信息披露违规的情形。
- 获得证券监管部门和投资者给予的肯定性评价
- 2019年，安琪在上海证券交易所对上市公司2018年度信息披露工作考核中获得“A类”评价，这是安琪连续第四年在信息披露工作中获此殊荣。
- 安琪信息披露工作多次获得“A类”评价，体现了监管机构对公司信息披露工作的高度认可。
- 公司将继续提升信息披露的有效性和针对性，进一步提高信息披露质量和公司治理水平，更好地为投资者服务，维护公司资本市场形象。

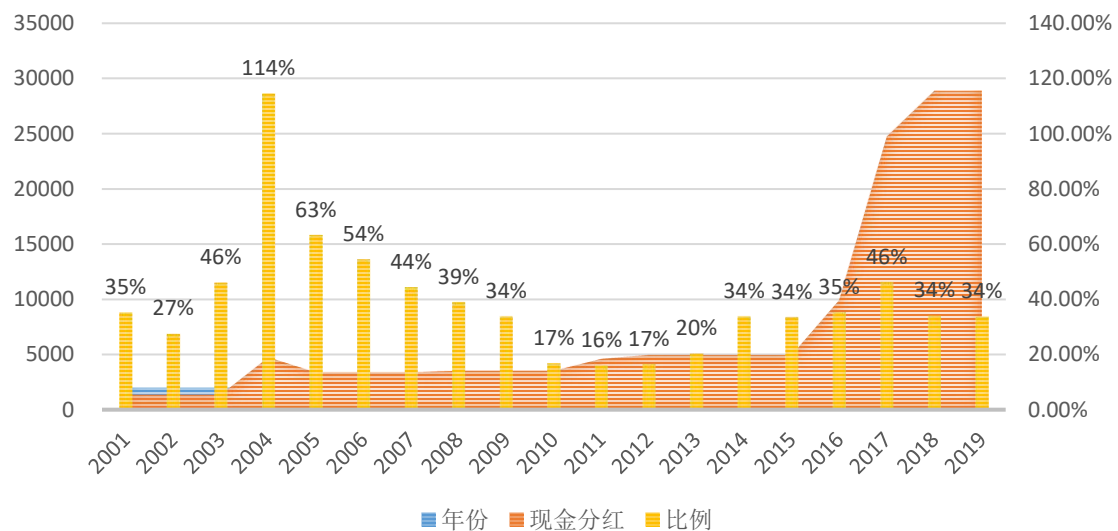


- 稳步提升产能规模，实现收入、利润的持续增长
- 安琪起源于地方国有科研单位，三十三年来公司已成为全球发展最快的酵母企业。
- 酵母产能规模由建厂时的1000吨到现在的超过25万吨，YE从无到有，现已成为全球主要的酵母抽提物生产商。
- 现今安琪的产品在多个领域品质都处于一流，成为了国际酵母市场的主要品牌之一。

第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

上市以来现金分红情况



- 安琪遵循回报股东的原则，制定相应合理的利润分配政策，积极的回报广大股东。
- 安琪上市以来收入规模持续增长，最近五年利润水平持续提升。
- 公司自2000年上市以来，每年均进行现金分红，现金分红占同期净利润比例达到33.37%。
- 累计现金分红14.6亿元，超过安琪在资本市场融资额。
- 近年来，长期股东、外资股东持股比例持续增加，公司核心股东构架稳定，市值稳定增长。

第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 安琪非常重视投资者关系，切实履行信息披露及投资者沟通任务
- 2019年，安琪全方位、持续不间断地与投资者进行沟通和交流。
- 安琪在上海证券交易所网站上证 e 互动专栏中对日常交流中投资者关注度较高的问题进行解答；在安琪官网开设投资者关系专栏，展示公司实时股价、定期报告、临时公告和分析师列表等信息，帮助投资者了解公司经营信息及财务数据，提供“一站式”查阅和了解平台。安琪开展投资者网上集体接待日活动，针对公司战略、经营及财务状况与投资者进行充分交流。



- 2019年，公司荣获第八届中国上市公司高峰论坛“最具成长性大消费产业上市公司”称号；证券时报第十三届上市公司价值评选中国主板上市公司价值百强；公司自2018年以来连续入围中国上市公司口碑榜，两次荣获“最具成长性大消费产业上市公司”称号。公司还荣获了“中国主板上市公司价值100强”、“中国上市公司市值500强”等荣誉。

• 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 2019年，安琪召开现场年度股东大会一次，临时股东大会三次，网上投资者说明会一次，举行投资者网上集体接待日活动一次，参加券商策略会50余次，接待投资者现场调研30余次，参加投资者沟通电话会议90余场，并多次进行海内外反路演活动，积极推进投资者保护与投资者教育工作。
- 其中，公司2019年第一次临时股东大会参会股东150余位，创历史新高，新老董事长的交替成为市场关注焦点，在互动交流环节中管理层和投资者就公司的长期发展战略、经营管理情况、市场竞争状态等方面进行了充分交流，增进了投资者对公司的了解，获得了投资者的认同和肯定。



• 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

• 切实保护债权人权益

- 公司建立了财务管理制度、内部审计制度、财务付款审批、报销制度、资金内部控制制度、销售与应收内部控制制度、成本核算内部控制制度、董事会审计委员会议事规则、对外担保管理制度等一系列内部管理控制制度，确保了公司财务稳健与公司资产、资金的安全，保证了债权人的利益。公司的各项重大经营决策过程中，均充分考虑了债权人的合法权益。
- 安琪设置审计监察部，每年开展严格的内部控制管理和评价，通过内部控制管理，及时发现管理缺陷并进行整改，同时持续完善管理制度，确保公司经营管理时刻合法合规。
- 安琪审计监察部负责对公司内部控制制度进行独立评价，并聘请大信会计师事务所参与评价。
- 目前安琪已建立了内部控制制度和流程，并得以有效执行，不存在重大缺陷。

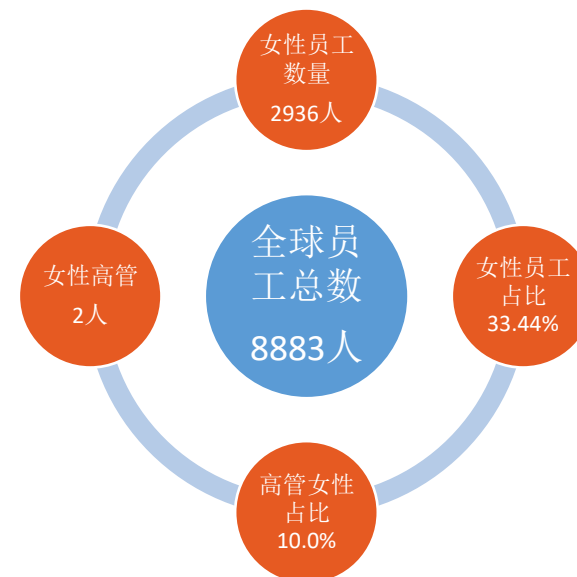


第二章 主体责任

八、把骨干员工作为合作者，使员工与公司共同发展。

- 本公司承诺遵守国家劳工、健康与安全、环境、道德规范及其他社会责任的法律法规，遵守国际公认的相关标准以及其他适用的行业标准和国际公约。
- 公司根据行业标准制定符合劳工条件、健康与安全、环境安全、道德规范的公司政策、生产工序和工作环境，持续改善工作条件和员工福利。

专业构成类别	专业构成人数
生产人员	6503
销售人员	1303
技术人员	591
财务人员	130
行政人员	353
合计	8883
教育程度	数量(人)
研究生及以上	270
本科	1870
大专及以下	6743
合计	8883



- 2019年，安琪员工总数达8883人，其中女性员工占比33.44%，高管中女性占比10.0%，充分发挥了女性在公司发展中的作用；40岁以下员工占比超过80%，公司朝气蓬勃，后备力量充足。

• 第二章 主体责任

八、把骨干员工作为合作者，使员工与公司共同发展。

- 安琪坚持“员工为本”，切实保障员工健康安全。
- 近几年实施的子公司、事业部员工敬业度调查结果显示，安琪高敬业度员工占比超过85%。
- 员工在基本工作需求、管理评价反馈、团队沟通协作、职业成长发展等方面的需求得到了较好满足，愿意为公司的事业发展投入更多的时间、智慧和情感，与公司共同成长发展。

• 劳动合同签订率

100%



• 社会保险参保率

100%



• 年休假执行率

100%



• 员工健康体检

每年进行



• 人身意外保险

定期投保



• 第二章 主体责任

八、把骨干员工作为合作者，使员工与公司共同发展。

• 助力员工成材成长

- 公司秉承“企业为人人提供发展空间、人人为企业创造竞争优势”的人力资源开发理念，鼓励员工努力实现高目标高绩效，与公司共同成长。
- 公司为员工创造发展平台。在国内外布局生产基地，加快推进国际市场建设，不断开拓新业务领域，持续细分既有业务、组织及岗位等，为员工成长创造平台（岗位）。
- 公司为员工拓宽发展通道。在传统的行政发展通道基础上，结合岗位任职资格标准及员工专长与意愿，在研发、生产、营销、职能等领域开拓出专业技术（业务）发展通道，让大批优秀技术（业务）人才脱颖而出。
- 公司持续实施本地化人才及后备人才培养。在各国内外子公司大批培养、启用本地员工，本地人才占比超过95%；在全公司256个关键岗位选拔459名后备人才，并通过工作内容扩大化、挑战性工作任务、岗位轮换、职务锻炼、教练辅导、定制培训等促进其能力成长。



• 第二章 主体责任

八、把骨干员工作为合作者，使员工与公司共同发展。

• 持续打造学习型组织

- 公司秉承“培训是员工最好的福利”理念，持续开展技能提升训练、优化学习培训形式，打造学习型组织。通过不断实施各业务领域专业知识技能集团化培训、国际化培训、领导力训练等，提高员工专业技能与管理能力；通过组织海外工厂骨干员工到总部留学，提升海外员工综合素养及企业文化传播性；通过推广使用APP移动学习平台，为员工利用碎片化时间开展移动学习创造条件。
- 2019年全年，安琪共实施线下培训4117场，人均学时达到51.1小时。主要进行了领导力及管理 ability 培训、骨干员工国际化素质提升培训、各业务领域专业技能培训、关键岗位后备人才培养、埃及生产线外派储备人员培训、埃及员工企业文化及专业知识培训和新员工入职培训等。
- 2019年，安琪全员覆盖推广APP学习平台，7832名员工使用APP移动学习平台，共新增开发微课2772件、推送必修课学习1982件、推送考试测评1044门。



科技 创新健康生活

• 第二章 主体责任

八、把骨干员工作为合作者，使员工与公司共同发展。

• 明确的激励

- 公司树立了“平衡股东和员工价值”的理念，努力实现企业发展成果与员工共享。通过全面绩效管理促进公司目标与员工追求的统一；通过重大技术创新奖励、超额利润分享、具备全球及行业竞争力的薪酬标准等鼓励员工努力实现高目标；通过事业部中期绩效激励方案、骨干员工持股计划的实施，将公司与员工中长期价值追求相统一，保障企业持续健康发展；通过在价值分配时向困难业务、新业务、工作投入多及工作条件艰苦的岗位倾斜，鼓励员工始终保持创业初期艰苦奋斗的良好工作作风；通过多样化的内外部荣誉等精神激励，让骨干员工“名利双收”。

• 和谐的环境

- 公司高度重视“家文化”的营造。通过定期实施员工体检、EAP服务、团建活动等，提升员工身心生活品质；通过建立“驻外员工之家”、“无忧服务团”、“红娘小组”三大服务平台，帮助员工解决小孩入学、看病就医、家政服务、法律纠纷、婚姻恋爱等各方面问题；通过在各部门、各生产车间等基层作业场所张贴员工沟通流程图，开设员工投诉OA平台等，畅通了员工问题反馈渠道，强化了员工向上沟通体验。



• 第二章 主体责任

九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 2019年，安琪始终围绕精准扶贫工作的总要求，投入大量人力、物力、财力，对宜昌市五峰土族自治县仁和坪镇业产坪村进行了专项帮扶。
- 安琪派驻了专人长期定点在扶贫村进行相关帮扶工作的开展，提供相关资金支持，重点围绕“两不愁、三保障”标准，因村制宜确定帮扶计划，积极探索产业发展新渠道，抓好产业增收和劳务增收，在精神扶贫上持续发力，持续推动扶贫与扶志、扶智相结合，为结对帮扶村输入强劲帮扶力量。公司部分子公司也积极响应扶贫工作，在当地开展了扶贫活动，给困难户送温暖。



• 第二章 主体责任

九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 2019年，公司严格按照相关文件精神落实精准扶贫工作，公司帮扶对象业产坪村于2018年12月29日村出列、贫困户销号并公示，2019年2月21日，顺利通过省级交叉检查组对业产坪村精准扶贫专项考核检查。
- 2019年，公司及子公司、安琪集团帮扶资金投入47.42万元，其中资金帮扶31.15万元，物资折算金额为16.27万元。
- 公司多次组织业产坪村慰问活动，深入到结对贫困户家中，了解实际困难，为贫困群送去米、油等生活物资，为困难农户及留守儿童送去衣服及书籍等，帮助他们解决相关问题。德宏公司、崇左公司也积极为困难学生提供助学金，积极参与当地扶贫活动。



• 第二章 主体责任

九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 2019年，由安琪纽特、宝宝树、复星公益基金会等爱心品牌共同发起的乡村医生健康扶贫“健康医+1”行动启动仪式在上海国际时尚中心举行。
- 作为宝宝树的重要合作伙伴，安琪营养健康事业部积极参与到该项目中，旨在通过品牌的力量，帮助贫困地区的孩子打好“生命早期1000天”的营养基础。
- 安琪为云南永胜县的贫困家庭儿童捐赠酵母蛋白粉惠及近千个家庭；与宝宝树联合拍摄的乡村医生纪录片《守望2之生命早期1000天营养》上线后，在线播放总量逾百万次，让更多的人对乡村医生和贫困地区孩子们的营养状况有了深入的了解和认识。



• 第二章 主体责任

九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 公司将继续落实“脱贫不脱帮扶、脱贫不脱责任”要求，结合“守初心、担使命、找差距、抓落实”，将帮扶责任落到实处，认真贯彻精准扶贫的相关要求，持续推进精准扶贫进一步巩固脱贫成效，积极履行社会责任。
- （1）落实扶贫村安置小区配套基础设施建设项目，推进帮扶村村委会周边“三通一平”项目运行。
- （2）根据产业发展需求，协调解决扶贫村农副产品储存、中转、运输等问题，促进农产品发展，增加集体经济收入。
- （3）推动精神扶贫行动，组织各类文化活动和普及法制教育活动，将扶贫与扶志、扶智相结合，激发内生动力。
- （4）强化消费扶贫，对农户产业发展给予支持和帮助。
- （5）结合屋场会，收集民声，将行动落实在最急需、最长远、老百姓无法自行解决的问题上。

• 第三章 结束与展望

- 企业的成长与承担的社会责任是相辅相成、密不可分的，全方位的履行社会责任，更有助于企业品牌 and 美誉度的提升，促使企业的健康可持续发展。
- 2019年，公司在股东和债权人保护、职工权益保护、供应商、客户、消费者权益保护、环境保护和可持续发展、社会公益事业等方面做了大量工作，取得了良好的成绩，但社会责任履行状况与《上海证券交易所上市公司社会责任指引》的相关规定还存在一定差距。
- 2020年，公司将继续秉承“发展生物技术，创新健康生活”的企业使命，把股东、债权人、客户、供应商、员工、环境、社会等利益相关者“互利共赢”的责任理念融入生产经营工作中，一如既往提供健康优质的产品和服务，坚持“员工为本，用户为源，技术质量为生命”的核心价值观，为客户创造更大价值，勇担社会之责，投身公益事业，以感恩的心回报社会。
- 未来两年，安琪将继续致力于“做国际化、专业化生物技术大公司，打造百年安琪”的愿景，坚持创新驱动、重点跨越和国际化发展的指导思想，在确保完成“十三五”（2020年）各规划目标基础上，力争实现2021年“建党100年，营收100亿”，迈上新平台。



发展生物科技 创新健康生活

Focus on Yeast Biotechnology Innovate for Healthy Life