

三元食品 2019 企业社会责任报告



目 录

关于本报告.....	1
领导致辞.....	2
责任聚焦 1 匠心 70 年 与时代同行.....	3
责任聚焦 2 新时代 新奶业 新生活.....	6
走进三元.....	9
匠心——卓越品质 厚育价值.....	18
（一）牧场质量管理.....	18
（二）原料奶验收.....	19
（三）生产过程把控.....	19
（四）科技创新.....	20
（五）冷链运输.....	22
（六）品尝三道关.....	23
（七）食品可追溯.....	23
专题 1：关注乳品安全，推动行业高质量发展.....	23
忠诚——臻于至善 共享成果.....	25
（一）让股东更信任.....	25
（二）让客户更满意.....	26
专题 2：投入所爱 持续新鲜.....	28
拼搏——携手并进 活悦人生.....	30
（一）与伙伴共发展.....	30
（二）与员工共进步.....	32
专题 3：匠人匠心，至诚至精.....	36
奉献——守护健康 孕育幸福.....	39
（一）呵护绿色环境.....	39
（二）强化安全生产.....	43
（三）共建和谐社区.....	47
专题 4：健康知识科普，助力健康中国.....	49
数说 2019.....	51
荣誉 2019.....	53
未来展望.....	55

附录	56
指标索引	56
我们行动——联合国可持续发展目标 (SDGs)	57
评级报告	60
意见反馈	61

关于本报告

● 组织范围

本报告编写对象为北京三元食品股份有限公司，为便于表达，在报告的表述中分别使用“三元”“三元食品”“公司”“我们”等。

● 时间范围

本报告为北京三元食品股份有限公司发布的第 6 份年度企业社会责任报告，时间跨度为 2019 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容数据超出上述范畴。

● 内容说明

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。本报告所使用数据均来自公司的正式文件和统计报告。报告中的财务数据以人民币为单位，特别说明除外。

● 参考标准

报告编写立足行业背景，突出企业特色，力求符合业界同行的可持续发展信息披露相关标准。重点参考的报告编制标准包括：

- ◇ 全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告指南》（G4）；
- ◇ 国务院国资委《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》；
- ◇ 北京市国资委《关于市属国有企业履行社会责任的指导意见》；
- ◇ 上海证券交易所《公司履行社会责任的报告编制指引》；
- ◇ 中国社会科学院《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR4.0）》。

● 获取方式

本报告提供纸质版和电子版两种形式。电子版请登录公司官网（<http://www.sanyuan.com.cn/>）下载。如需纸质版报告，请致电 010—56306666。

领导致辞

鹏程万里从今跃，中流击水谱华章。2019 年迎来中华人民共和国 70 周年华诞，70 年栉风沐雨，春华秋实，三元食品顺应改革浪潮，紧抓发展机遇，加快战略转型，向高质量发展不断迈进。一年来，公司坚持战略引领，不断创新，党建水平实现新提升，经营指标实现新增长，品牌影响力实现新突破，与利益相关方相融互促、共同进步，绘就三元新篇章！

我们真抓实干，锐意改革。这一年，我们围绕公司五年战略发展规划，强化“精益化”“精细化”管理，加快科技创新和产品升级，加大品牌焕新与营销投入，持续推动“转型、突破、创新”，不断提升企业竞争力和市场影响力。2019 年，三元食品品牌价值突破 251 亿元，连续多年荣登《中国 500 最具价值品牌》榜单。

我们坚持创新，坚守品质。这一年，我们坚持“质量立市、诚信为本”的经营理念，始终专注于研发生产适合国人的乳制品，坚持全产业链质量管理模式，开展近 5,000 项风险监测的评估与预防，构建全球范围食品安全风险监测系统，通过多维度、多方面、多层次的保障，全面加强食品安全管控，让“新鲜高品质”走进千家万户。2019 年，“国营北京市牛奶站（三元）”被授予“北京老字号”的荣誉，是对三元品质的认可和三元品牌的赞誉。

我们饮水思源，勇于担当。这一年，我们积极承担国家重要会议、重大活动及赛事的乳制品保障工作，圆满完成国庆 70 周年食品服务保障任务；积极响应“健康中国”号召，承办“首届北京牛奶文化节”，加强营养健康知识科普，引领国民健康新生活；积极回馈社会，为贫困、留守儿童提供营养帮扶，为社会弱势群体提供爱心救助，用实际行动诠释“良心、爱心、责任心”的社会责任理念。

上下同心开新局，击鼓催征再出发。从国营北京市牛奶站，再到如今的三元食品，我们是新中国乳业成长和发展的见证者，更是实践者！站在新的历史起点，三元食品将不忘初心，砥砺前行，为满足消费者安全、营养、健康的乳制品需求不懈努力，为实现“健康中国”战略持续贡献三元力量！

——北京三元食品股份有限公司党委书记、董事长 常毅

——北京三元食品股份有限公司副董事长、总经理 张学庆

责任聚焦 1 匠心 70 年 与时代同行

70 年披荆斩棘，70 年风雨兼程。一路走来，中国人民自力更生、艰苦奋斗，创造了举世瞩目的中国奇迹。作为中国乳业发展的见证者和实践者，三元食品与新中国乳业一起，经历由小到大、由弱变强，从国内走向国际的发展历程。70 年不忘初心的坚守，让三元食品走出一条“金字招牌”之路，成长为中国北方知名的鲜奶品牌、华北最大的奶酪生产商、国际知名餐饮品牌的核心乳制品供应商。

老北京胡同儿“元鲜的味道”

新中国成立初期，诺大的中国只有几个小型乳品加工厂，生产的品种仅为牛奶和炼乳。对于老百姓来说，牛奶可是紧俏货，只能凭奶票领取、定额分配。牛奶一度被人们视为“可望不可及”的稀缺食品，三元奶一度成为老北京人记忆中最“元鲜”的味道。

- 1949 年，新中国成立前夕，老红军樊士成牵着保障中央驻地牛奶供应的三头奶牛，从西柏坡出发，孕育了北京奶业的开端；
- 1956 年，国营北京市牛奶站成立，这就是三元的前身，成立之初为首都的老人、儿童和病人提供牛奶；
- 1968 年，更名为北京市牛奶公司，奶筐、空奶瓶、取奶证成为三元牛奶留给北京人特有的“童年记忆”。



搭乘改革开放的东风诞生

在上个世纪七、八十年代，改革开放政策促进了中国乳业发展，特别是实施对外开放政策，中国不仅在奶牛育种、奶牛饲养和加工方面引进国际先进设备和技术，同时，实施了多个国际合作项目。三元也在对外开放的浪潮中诞生，并积极寻求国内外合作提升企业核心竞争力。

- 1997 年，整合优质奶业资源，正式成立北京三元食品有限公司，收购北京麦当劳 50% 的股份；
- 2001 年，公司改制成为北京三元食品股份有限公司；
- 2003 年，北京三元食品股份有限公司在上海证券交易所挂牌上市；
- 2006 年，经中华人民共和国商务部批准完成股权分置改革方案。

沿着深化改革的道路腾飞

从中国第一杯工业化生产的酸奶、第一包早餐奶、第一款模拟中国母乳的婴幼儿配方奶粉，再到第一箱极致 A2 β -酪蛋白牛奶，三元食品始终引领中国乳业的高质量发展。奶源基地建设进一步加强，奶牛养殖竞争力逐步提高；生产全程管控进一步强化，生鲜乳质量安全水平不断提高；科技创新步伐进一步加快，新品研发和产品品质同步升级，积淀出非凡的品牌实力。

- 2014 年，正式筹建“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”，首次对我国母乳中的 500 多种功能成分做出定量，该数据库也被称为迄今为止最为完善的“中国人母乳成分数据库”；
- 2016 年，河北三元工业园正式投产，收购北京艾莱发喜食品有限公司和加拿大百年乳企 AVALON；
- 2018 年，与复星联合收购法国健康食品品牌 St Hubert；顺利完成科技部对“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”建设项目的验收工作，并获得专家“A 级”好评。
- 2019 年，国营北京市牛奶站（三元）被认定为北京老字号，是对三元坚守品质 70 年来取得的成绩给予的肯定。





作为有着 70 年悠久历史的乳企，三元食品始终坚持“质量立市、诚信为本”的经营理念，彰显了国有企业的担当和老字号精神的精髓，书写了大国工匠的职责坚守和精益求精的工匠精神。如今的三元食品，已经成长为消费者信赖与喜爱的民族乳业品牌，在全球已经拥有 17 个生产加工基地，海外布局加拿大、新西兰、法国，不断整合全球优质资源提升品牌价值 and 影响力，为推动“健康中国”战略实施和大健康产业有序发展率先垂范。

责任聚焦 2 新时代 新奶业 新生活

6月1日，以“新时代、新奶业、新生活”为主题的首届“北京牛奶文化节”在北京开幕。此次活动由北京市奶业协会主办，北京三元食品股份有限公司承办。

开幕式分设初心、传承、匠心、致远、心耀未来五个篇章，旨在充分展示70年来北京奶业的巨大变迁和辉煌成就，展现北京奶业精神，讲述北京奶业发展故事，展望北京奶业未来愿景，同时科普牛奶知识，提升人民生活品质，为全面建成小康社会和健康中国加油助力。

初心

——政府各部门领导致辞，畅谈北京奶业70年



“文化是奶业发展的软实力，是奶业振兴的动力源，希望大家一起携手努力，把牛奶文化节打造成宣传奶业文化的平台。”

——国家农业农村部畜牧兽医局局长
杨振海



“首农食品集团将以满足人民美好生活为己任，做好产品和服务，发扬匠心精神，勇挑重担，为振兴民族乳业砥砺前行。”

——北京首农食品集团党委书记、董事长
王国丰

传承

——几代北京奶业人 分享奶业故事 传承奶业精神



“我送的是三元人的诚信、三元人的良心。送奶工作在我心里是一份值得自豪

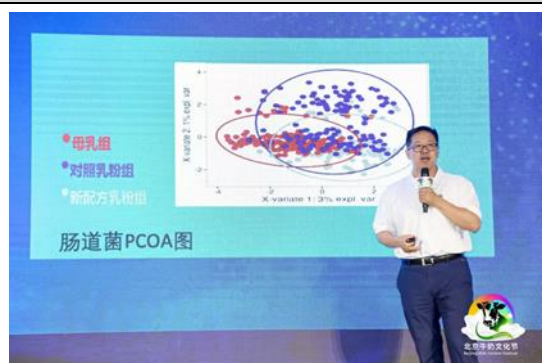


“养牛学牛，我们奉献奶牛业，甘为孺子牛。如今，首农食品集团牛奶制品工艺先

<p>的事业，这份工作有苦有酸也有甜，看到每家每户喝上健康新鲜的三元牛奶，再多的奔波和辛苦也是值得的。”</p> <p>——送奶工 郝建军</p>	<p>进，牛奶制品琳琅满目，订奶送奶形成了一条龙服务……看到这一切，我由衷地为北京奶业发展喝彩，为我们首农的养牛人自豪。”</p> <p>——北京奶牛中心种公牛站带头人 张晓霞</p>
---	--

匠心

——行业专家讲述一杯好牛奶背后的力量



“国民健康是国家强大的基础，母婴健康是国民健康的基础。”

——北京三元食品股份有限公司常务副总经理 陈历俊



“健康牛科学养才能有好牛奶，这就是我们奶业人的担当。”

——国家奶牛产业技术体系北京市创新团队首席专家 路永强

致远

——常毅作主旨报告 展望北京奶业新未来



“要传承 70 年来北京奶业人不畏困难、顽强拼搏的奋斗精神；胸怀事业、无私付出

的奉献精神；忠国诚民、勇毅笃行的担当精神；开拓进取、追求卓越的创新精神，推动北京奶业向纵向一体与横向联通相协同的跨界融合型奶业、首都疏解与生态立市所催生的绿色环保型奶业、万物互联与科技赋能为表里的智慧创新型奶业发展。”

——北京市奶业协会会长、北京三元食品股份有限公司党委书记、董事长 常毅

心耀未来

——奶业各界嘉宾共同为北京牛奶文化节启幕



北京牛奶文化节启幕仪式

不忘初心，不负时代。“北京牛奶文化节”将成为弘扬新时代北京奶业文化的平台，凝聚政府部门、奶业企业、行业专家、消费者等多方力量，为北京奶业持续健康发展输送新鲜血液，为消费者开启更有温度、更具品质的新生活！

走进三元

（一）关于我们

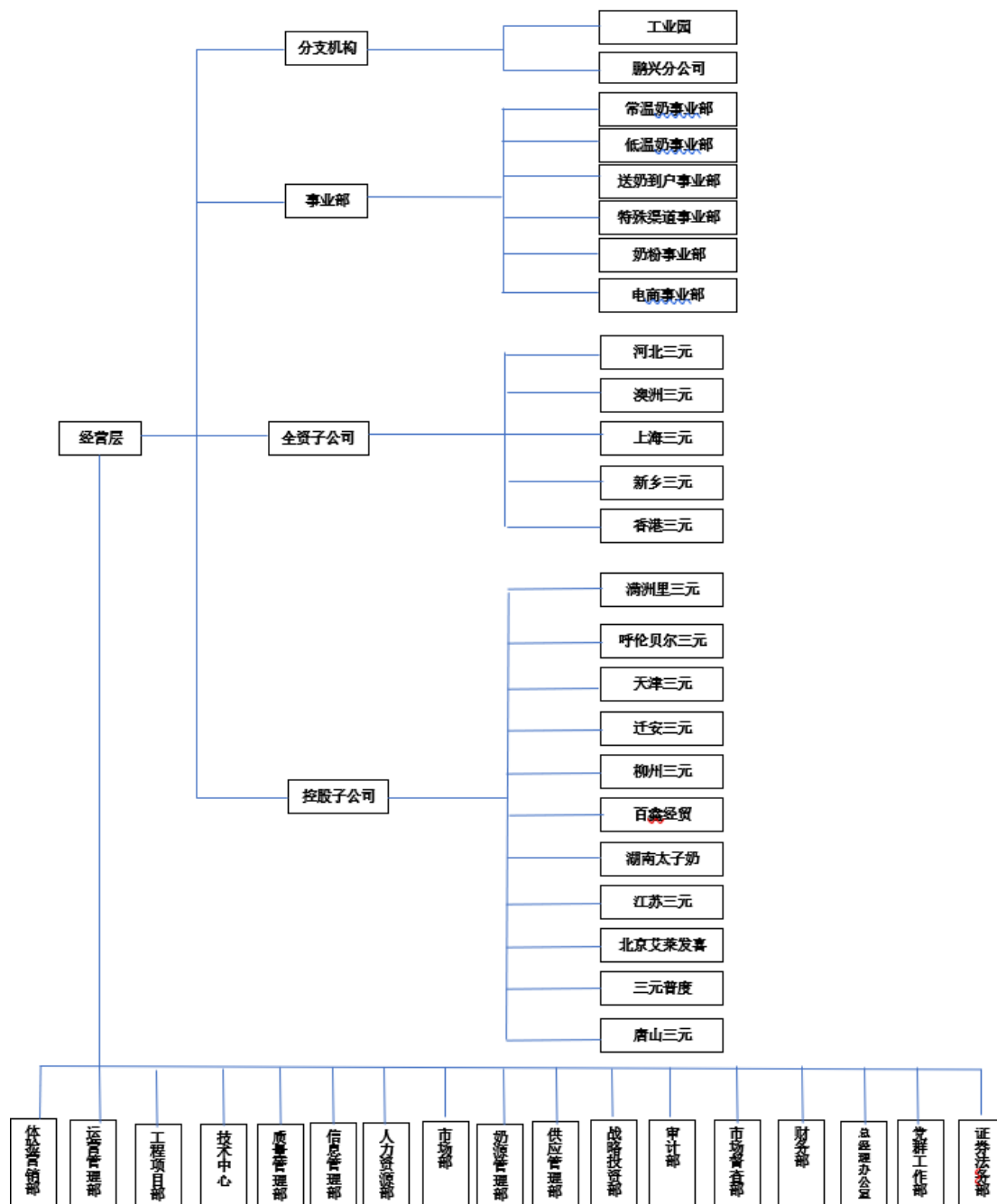
1. 企业简介

北京三元食品股份有限公司是以奶业为主，兼营麦当劳快餐的中外合资股份制企业。前身是成立于 1956 年的国营北京市牛奶站，至今拥有 70 年历史。

三元食品拥有全资及控股子公司 16 家，拥有北京麦当劳 50%股份和广东麦当劳 25%股份。三元食品涵盖低温鲜奶、低温酸奶、常温高端奶、常温酸奶、常温乳饮料、奶粉、干酪及冰淇淋、植物涂抹酱等系列产品。依托首农食品集团奶业全产业链优势，三元食品建立了完善的全程质量可追溯体系，是中国北方知名的鲜奶品牌和全国有影响力的奶酪生产商。

三元食品将一如既往秉承“质量立市，诚信为本”的经营理念，以不断满足消费者需求为己任，坚守食品安全底线，以匠心品质铸就民族品牌，用责任和匠心做民族乳业担当，持续为消费者提供安全、营养、健康的乳制品。

2. 组织架构



三元食品组织架构

3. 企业文化

企业目标	以品质先行为己任、以润泽万家为福祉、以活悦人生为信念，成为中国最受尊敬的乳品品牌
------	--

企业使命	至诚之心，缔造至臻产品
企业价值观	品质就是良心与责任心的凝结
企业精神	团结、忠诚、拼搏、奉献

4. 战略布局

三元食品不断调整优化产业布局，拓宽消费市场，整合全球优质资源，扩大品牌影响力。目前在全球拥有 17 家工厂，并先后在加拿大、新西兰、法国布局生产基地，有力地提升市场核心竞争力和三元品牌效益。



（二）公司治理

1. 守法合规

三元食品严格遵守国家法律法规，落实《北京三元食品股份有限公司纪检监察信访举报工作办法》等管理办法，规范并拓宽监督渠道，保障公司合法运营。加强守法合规培训，组织举办宪法宣传讲座、合规知识培训等活动，提高员工法律意识，为企业长远发展奠定法治基础。

2. 风险管控

三元食品持续完善内控体系。定期组织风险评估和内控培训，推动各单位开展自查、自评，对发现的问题及时整改，持续发挥内控体系在企业经营管理中的重要作用。定期组织制度流程宣贯工作，通过培训、考试、OA 系统下发等多种形式将内控文件传达给每一位员工。2019 年，公司对总部及四家重点单位现有的内控制度流程进行了全面诊断评估，进一步提

升内控体系管理水平。

持续加强风险防控。按照《风险评估管理制度》开展年度风险评估，更新公司风险信息清单，确定公司 73 个重点管控风险点和十大风险，并出具年度风险评估报告，为公司最大限度降低运营风险提供参考和依据；制定《2019 年度风险评估工作实施方案》，进一步提升风险防控能力，为公司平稳发展筑牢防线。



3. 加强党建

● 提高政治站位 建设“核心工程”

进一步发挥党委在决策、执行、监督各环节的作用，把党的领导融入公司治理各个环节，扎实推进党的领导与公司治理有机统一。牢固树立“四个意识”，制定 2019 年度中心组学习计划，完成 19 次学习。坚决落实党内制度，组织召开职工代表大会、民主生活会，深入开展“不忘初心、牢记使命”主题教育。12 月 10 日，公司召开第二届党代会，选举产生新一届两委员会委员，确定目标任务，绘就蓝图、指明方向。

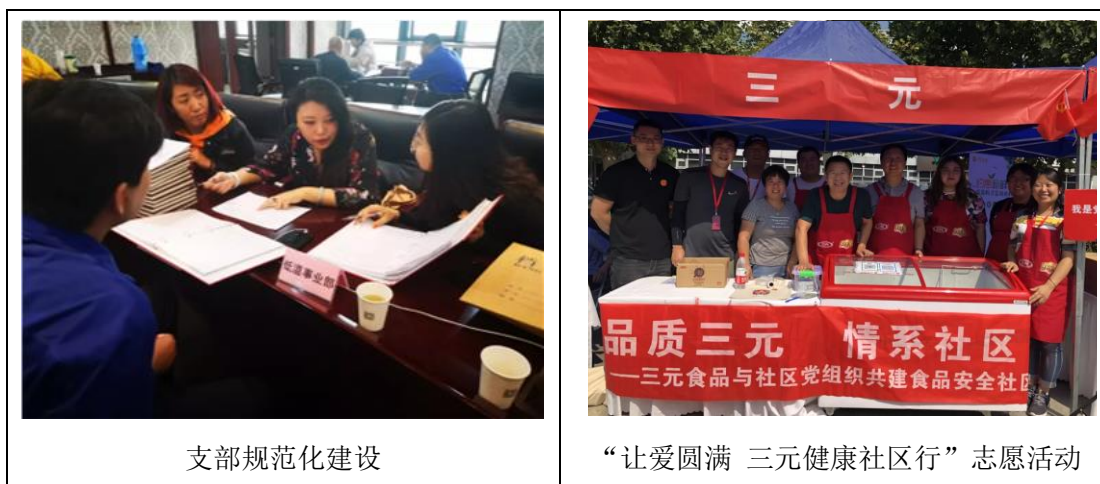


职工代表大会

主题教育调研暨检视问题大会

● 夯实党建基础 建设“堡垒工程”

严格落实“三会一课”制度，加强党支部规范化建设，创新党员活动形式，定期开展党员服务进社区活动，引领党组织生活新常态。2019 年开展党建督查 8 次，组织开展《特别追踪》《决胜时刻》等影片的观影活动，北大红楼、烈士陵园等历史遗址的参观活动，举办“让爱圆满 三元健康社区行”等志愿活动，提升党建活力。



支部规范化建设

“让爱圆满 三元健康社区行” 志愿活动

● 活跃企业文化 实施“奋斗工程”

严格落实意识形态工作责任制，签订《2019 年意识形态责任书》，制定《2019 年意识形态工作要点》及相关制度，截至 2019 年底，已出版 37 期《三元食品报》，“文化三元”公众号已累计发表文章 1,430 篇，积极开展丰富多样的品牌活动，增强员工凝聚力。选派 20 名青年参加国庆 70 周年群众游行队伍餐饮保障突击队，提升青年服务大局意识，推动共青团工作全面发展。



《三元食品报》已出版 37 期

职工艺术节

● 党风廉政建设 实施“护航工程”

全面落实“两个责任”，扎实推进党风廉政建设，签订《2019 年度党风廉政建设责任书》；打造“廉洁共同体”，与供应商、经销商、合作伙伴签订《反商业贿赂协议》。从严监督管理，组织员工参加警示教育大会，开展“廉洁三元，胜在有你”系列活动，打造廉洁企业文化。加强安全管理，严格落实生产安全责任制，定期开展安全检查及培训演练，进一步强化员工安全责任意识。




反商业贿赂协议签订

“廉洁三元，胜在有你”系列活动

(三) 责任管理

1. 责任理念

三元食品始终坚持“良心、爱心、责任心”的社会责任理念，成立由市场部牵头的社会责任编制小组，各业务部门全面参与并积极推动社会责任报告编制工作，实现社会责任工作理念和实践的融合；同时积极参与社会责任专业机构组织的相关会议活动，进一步提高社会责任水平。

 <p>“三心”理念</p>	<p>三个圆形中间由一个人字连接，代表消费者、经销商及企业员工，象征着三元以人为本的企业文化，同时，人字将整个标志分割为三个心形花瓣，分别代表三元的“良心、爱心和责任心”，寓意用良心、爱心和责任心呵护消费者、经销商和企业员工，充分展现三元责任主张与内涵。</p>
---	---

2. 责任沟通

为了解利益相关方的期望和关切，及时回应利益相关方诉求，三元食品通过官方网站、微信、微博、年报等渠道，针对不同的利益相关方建立相应的回应和沟通渠道，向利益相关方传递公司履责行动和绩效，实现共同进步、发展，保障公司平稳运行。

利益相关方	对企业的期望	回应与沟通渠道
股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 确保国有资产保值增值 ◆ 防范经营风险 ◆ 良好的信息披露 ◆ 开发需求，拓展市场 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 投资者会议 ◆ 报表和拜访 ◆ 定期汇报工作进展
政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 贯彻宏观政策 ◆ 推动行业发展 ◆ 守法合规，公平竞争 ◆ 依法纳税，稳定就业 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 参与行业标准制定/研讨 ◆ 监管考核 ◆ 主动纳税
消费者	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 安全健康的产品 ◆ 畅通的沟通渠道 ◆ 完善的客户服务 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 严格质量管控 ◆ 企业微博/微信等新媒体 ◆ 客户满意度调查 ◆ 应对客户投诉
供应商与经销商合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 遵守商业道德 ◆ 公平公正公开采购 ◆ 互利共赢，共同发展 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 制定公平公正的采购政策 ◆ 严格审核与认证 ◆ 加强沟通 ◆ 带动履责
非政府组织	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 保持密切联系，信息共享 ◆ 开展合作 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 与教育和研究机构合作 ◆ 加入非政府组织，开展社会活动
员工	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 保障基本权益 ◆ 促进技能提升及职业发展 ◆ 员工关爱 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 提供合理的薪酬福利体系 ◆ 员工培训与反馈 ◆ 职业健康安全管理体系

		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 员工职代会等信息沟通 ◆ 员工关爱与帮扶
社区	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 关注民生状况 ◆ 投身社会公益 ◆ 服务社区发展 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 促进就业 ◆ 带动相关产业发展 ◆ 社会公益活动
环境	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 遵守环保法律法规 ◆ 合理利用资源 ◆ 落实节能减排 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 建立环境管理体系 ◆ 绿色牧场建设 ◆ 节能减排与发展循环经济 ◆ 绿色办公与环保公益

3. 责任议题管理

为了进一步提升报告针对性与回应性，三元食品根据社会责任议题实质性分析模型，分析比较不同社会责任议题对相关方的影响和对公司自身发展的重要性，识别筛选出需要在报告中重点披露的高实质性议题。

第一步：识别阶段

基于国内外社会责任标准、中国政府政策要求、标杆企业对标、利益相关方调研，并结合企业自身发展规划，三元食品建立了 CSR 议题池，并将议题分为责任管理、经济责任、社会责任、环境责任 4 大类，共计 25 项。

利益相关方	议题
责任管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 责任战略 2. 责任治理 3. 社会责任培训 4. 利益相关方沟通
经济责任	<ol style="list-style-type: none"> 5. 保护股东权益 6. 信息披露 7. 守法合规 8. 保障食品安全 9. 产品创新 10. 科技创新
社会责任	<ol style="list-style-type: none"> 11. 强化党建与反腐倡廉 12. 客户满意度提升 13. 责任供应链 14. 安全生产 15. 员工关爱

利益相关方	议题
	16. 员工成长 17. 公益慈善 18. 营养与健康知识普及 19. 带动地方发展
环境责任	20. 节能减排 21. 循环利用 22. 水资源管理 23. 绿色牧场 24. 绿色包材 25. 生物多样性

第二步：议题分析

通过建立“利益相关方关注度”和“对三元食品可持续发展的重要性”二维矩阵，识别出三元食品的实质性社会责任议题。



匠心——卓越品质 厚育价值

关键绩效：

产品检测合格率：100%

研发投入：2,035.56 万元

科技工作人员数量：60 人

新增授权发明专利数：2 个

发表科研论文：3 篇

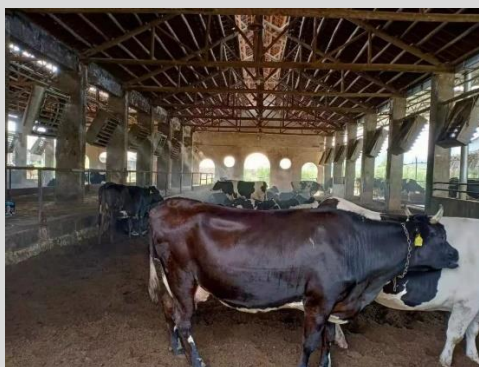
（一）牧场质量管理

三元食品秉持“好牛出好奶”的生产原则，采取多项措施提高牧场健康管理水平。

- 科学选种选配持续提高奶牛高产优质的基因水平。
- 实行统一饲养、统一防疫、统一配种、统一管理、统一挤奶等“五个统一”的现代化管理模式。
- 改善奶牛饲养条件与环境，建立科学的奶牛保健控制体系，稳定奶牛的产量和质量。实施牛奶厂粪污无害化处理，减少奶牛疾病的发生，进一步完善奶牛保障控制体系；严格饲料供应商监管和饲料检测、留样，实行 TMR 科学调配日粮，保证奶牛健康高产。
- 严格兽药采购和使用记录，禁用治疗期、休药期和弃奶期内的奶牛所产原料奶。

案例：奶牛防暑降温利器——智能喷淋

2019 年 5 月，柳州三元为高产奶牛舍安装了智能降温喷淋装置，采用湿透式喷淋方式，给奶牛更好的防暑降温，降低奶牛的热应激反应、提高奶牛采食量和奶牛单产，为公司的奶量稳步增长提供了一道强有力的保障。



（二）原料奶验收

三元食品秉承“质量是生产出来的”的理念，制定了“奶源牧场化、牧场标准化、标准信息、信息系统化、系统网络化、网络云共享”的奶源管理升级规划，将现场审核和抽样检测作为检验奶源质量管理效果的重要手段。

（1）**供应商源头质量提升。**依托 ERP、MES，自主开发了三元奶源管理系统信息化平台，及时收集分析生鲜乳数量、质量指标，及时掌握生鲜乳质量变化情况，通过与供应商沟通和现场走访指导等手段，帮助供应商提升生鲜乳质量，同时，采取按质论价的公正透明的奶源计价政策，引导和鼓励供应商主动改善生鲜乳生产管理水平。

（2）**生鲜乳质量检测。**实施生鲜乳安全留样、生鲜乳质量安全员和“试饮”制度，提升生鲜乳质量检验控制能力；对生鲜乳实施全项检测，部分关键指标制定严于国际的内控指标，对国际标准外的风险指标进行检测；通过利用具有自主知识产权的生鲜乳成分指纹图谱，保证生鲜乳验收的权威性与可靠性。

（三）生产过程把控

三元食品始终把产品质量放在第一位，建立多层级的生产监管制度体系，从生鲜乳的验收、贮存、杀菌、灌装、成品入库到乳品加工，每道工序都会进行严格地取样检测，实现全程公开透明，保障产品质量安全。

- **实现全覆盖在线监控：**建立全程网络监控系统，关键质控点增加高清摄像头，设立品控员和工段长错时巡检，确保全天候监控。
- **红线预警响应机制：**当工艺参数或在线检测指标超出红线范围，立即预警，并采取有效行动，在产生不合格前及时做出调整，保证产品质量的同时追求品质稳定均一。
- **加强产品质量检验：**完善过程检验与出厂批检的内控标准，对重点工序和重点环节的半成品进行全面质量检验。
- **生产加工现场审核：**通过横向审核、纵向审计、随机和定期检查相结合的方式，形成工厂检查网络全覆盖，提高质量管理水平。

公司已通过 ISO9001、HACCP、ISO14001、GB/T28001、诚信管理体系认证以及良好生产规范（GMP）认证，部分产品通过有机食品、绿色食品、清真 HALAL 食品等认证，持续提升乳制品质量安全水平。2019 年，三元产品检测合格率为 100%，产品市场监督抽查合格率为 100%，公司抽检合格率为 100%。

（四）科技创新

1. 创新管理

三元食品积极引领行业创新，实施创新驱动发展战略，发挥自身优势，不断提升自主创新能力，激发技术创新潜能，为振兴民族乳业和国人健康贡献力量。2019 年，公司研发费用达 2,035.56 万元，现有在站博士后 3 名、博士研究生 6 名、硕士研究生 34 名，高级工程师 18 人，中级工程师 8 人。

三元食品 2019 年研发成果	
科研成果	<ul style="list-style-type: none"> ● 获科技部科研项目 1 项、北京市科研项目 4 项、大兴区科研项目 1 项； ● 发表论文 3 篇，其中 SCI 论文 1 篇； ● 申请专利 6 项，其中 PCT 专利受理 3 项，授权发明专利 2 项。
获得荣誉	<ul style="list-style-type: none"> ● “婴幼儿配方乳粉安全健康保障技术创新集成与应用”荣获由中国食品工业协会颁发的科学技术特等奖； ● “促进肠道健康的婴幼儿配方奶粉创制及产业化”荣获 2019 年度中国乳制品工业协会技术发明二等奖； ● “乳品安全管控与品质提升关键技术产业化开发与应用”获 2018-2019 年度神农中华农业科技奖三等奖； ● “健康乳品研发模式创新及产业化应用”获中国轻工联合会科学技术奖二等奖； ● “牛奶生产监控关键技术研究及推广应用”获北京市农业技术推广奖二等奖； ● “奶牛绿色高效养殖与功能乳制品开发关键技术创新及应用”获由北京市人民政府颁发的科技进步二等奖。

指标	2017 年	2018 年	2019 年
科技或研发投入（万元）	3,461.24	2,873.20	2,035.56
科技工作人员数量（人）	55	55	60
新增授权发明专利数（个）	2	1	2

案例：三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶斩获殊荣

7月6日，在2019品牌中国健康产业高峰论坛上，三元极致A2 β -酪蛋白纯牛奶斩获“科技创新产品”奖。作为一款集结了全产业链优势的牛奶，其独有的 β -酪蛋白基因分型技术不仅是国内首创而且达到国际先进水平，是用生命科学技术改变了以往对奶源的细分方式，实现了从源头开始的创新升级。



2. 创新平台

三元食品不断推进创新平台建设，面向全球集聚创新要素，促进产品升级，推动三元大健康产业的建设和发展。

- **助力科技创新体系和创新平台建设。**依托“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”，积极推动与全球科研机构的合作，通过实验室共建、联合研发、技术引进、队伍建设等方式，打造“母乳益生菌研究联合实验室”“母乳研究技术创新中心”“乳品健康科技创新联盟”等国际化研发创新平台。
- **开展新功能产品开发与营养临床评价。**通过“国家乳品健康科技创新联盟”“北京市自然科学基金—三元联合资助项目”和“母乳益生菌联合实验室”等平台，凝聚国内外食品营养与医学优势创新资源，开展母乳益生菌、低聚糖制备与应用研究，促进产品创新升级。

3. 合作交流

三元食品积极参加行业合作与交流，在企业内部及行业重要会议、论坛上，与行业专家分享最新研究进展，共同探索行业未来发展趋势，为乳品行业健康发展贡献自己的力量。

2019 年，三元食品参加中国肠道大会、母婴分子医学与营养国际论坛、农垦乳业联盟大会等国际、国内会议 10 余次，做乳品营养与功效相关研究成果、乳品科普等方面报告 6 个，同时邀请国内外行业专家开展技术交流 10 余次，显著提升了三元品牌知名度和影响力。

案例：以科技“智”造引领行业未来

2019 年 11 月，三元食品参加 2019 母婴分子医学与营养国际论坛暨深圳第二届粤港澳大湾区新生儿医学论坛，与参会人员交流分享中国母乳研究与模拟、母婴产品开发、临床喂养验证、母婴营养健康评价技术与产业化等方面的研究进展，是本次会议唯一受邀参加的乳品企业。



三元食品技术中心高级工程师发表主题演讲

（五）冷链运输

三元食品拥有完善的、全程受控的冷链配送网络，为保障低温乳制品品质提供有力支撑。**优选物流承运商**，对物流承运商的资质状况、管理制度、过程控制、现场管理、社会责任等方面进行评审，明确要求其配备符合标准的冷库、冷藏车设备，并建立物流承运商配送车辆档案，保障低温乳品质量安全；**实行全程冷链监控**，所有自有及三方物流配送车辆，全部安装 GPS 监控系统及车载温度控制仪，通过客户端软件实时监控，全程透明化管理，严保质量安全关。截至 2019 年底，三元食品在北京、天津、河北新乐、山东潍坊、河南新乡等地建有专业冷藏库房，配备 300 多辆专业冷藏运输车，每日为 3,000 多个销售中心和网点及时配送质量安全的牛奶。

（六）品尝三道关

为保障产品品质和安全，三元食品采取具有三元特色的“品尝三道关——人体试验”方法，通过对生鲜乳、加工奶和成品奶进行品尝和检测，亲自品尝各环节的奶品，保障产品品质，为消费者提供更加放心的产品。

（七）食品可追溯

为推进食品安全可追溯体系信息化建设，三元食品制定《产品标识和可追溯性控制程序》，通过记录控制、产品标识和检验状态标识建立完整的可追溯系统；严格记录管理，确保真实、全面、规范的质量记录；建立质量追溯系统软件，保证各环节电子信息记录完整，确保电子记录与现场纸质记录相对应；建立单位数据中心，各信息采集点合理配置信息采集设备，推进追溯系统软件与生产和检测设备对接，实现数据自动获取，进一步保障乳品信息全程可追溯。

专题 1：关注乳品安全，推动行业高质量发展

11月24日，以“农垦乳业70年 质标引领新时代”为主题的2019中国农垦乳业联盟成员大会在北京开幕，三元食品党委书记、董事长常毅受邀参加本次活动，并发表了题为《流金70载 逐梦新时代》的主题演讲，与参会嘉宾分享农垦乳业走过的历程和取得的成就，展示了中国奶业从奶牛育种、养殖到乳品加工等方面发生的巨大变化。在会议当天，三元食品举行了乳品安全风险全程监控项目签约仪式，与多家合作单位签约推动乳品安全风险全程监控，为全民打造“放心奶”构筑更强力防线。



为持续推动乳品高质量发展，三元食品深入贯彻落实党中央、国务院《关于深化改革加

强食品安全工作的意见》，依托首农食品集团奶业全产业链优势，完善了基于风险分析和供应链管理的乳品安全管控体系；发挥国家乳品健康科技创新联盟优势，全面开展食品安全风险全程监控项目，不断将乳品安全管控的关口前移。

此次，三元食品借助中国农垦联盟成员大会平台，充分发挥中国卫生信息与健康医疗大数据学会的资源优势，与风险控制安全领域顶级专家开展微生物安全风险评估与预防合作；与具有广泛影响力的微生物检测产品企业 3M 中国有限公司开展乳品生物安全快速监测合作；与全球权威的食品接触材料研究和监测机构广州海关技术中心国家食品接触材料检测重点实验室（广东）开展乳品包装材料风险监控合作。做到源头严防、过程严管、风险严控，将安全风险控制在萌芽状态，保障乳品安全！

未来，三元食品将坚持“以国人健康为己任”，最大限度消除安全风险，保障乳品安全，助力美好健康生活新时代！

忠诚——臻于至善 共享成果

关键绩效：召开董事会会议：9 次

召开股东大会：2 次

客户投诉处理率：100%

（一）让股东更信任

1. 股东回报

为提升公司管理水平，保障股东利益，三元食品严格遵守《公司法》《证券法》等国家相关法律法规，建立了以《公司章程》为核心的治理结构规章体系，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范、相互协调、相互制衡的现代公司治理体系。严格按照监管要求，定期召开股东大会，对企业信息进行真实、准确、完整、合规地披露，充分保障股东的知情权、决策权。2019 年，公司共召开董事会会议 9 次、董事会专业委员会会议 9 次、监事会会议 5 次、股东大会 2 次。



三元食品召开股东大会

2. 投资者沟通

公司的发展离不开投资者的参与和支持，三元食品高度重视与投资者沟通，维护中小投资者利益。深入研究投资者关切的问题，通过接听投资者电话、参与北京辖区上市公司集体接待日活动、接待机构投资者调研等各种渠道和途径，定期披露公司经营信息，向投资者传

递公司整体发展态势及履责动态，努力满足投资者合理期望与诉求。

3. 信息披露

三元食品积极履行上市公司信息披露义务，严格遵循上市公司信息披露规则，完善信息披露体系和流程，通过发布定期报告、临时公告、年度企业社会责任报告、更新官网动态等途径，向投资者全面、及时、准确地披露公司生产经营信息，保障信息披露的透明性和准确性。

（二）让客户更满意

1. 完善客户管理

三元食品以服务客户为宗旨，以不断满足消费者需要为己任，不断完善客户管理制度，创新客户服务形式，为客户提供更高效、便捷的服务；拓宽客户沟通渠道，通过客服热线、微信公众号、微博等渠道及时收集客户意见、解答客户疑问；定期进行客户满意度调查，充分倾听顾客声音，了解产品质量及服务现状，并针对现有问题进行改善，力求为顾客提供更优质的产品和更放心的服务。

2. 提升客户体验

● 完善售后服务

三元食品认真落实《售后服务热线管理规定及工作细则》《售后服务质量记录管理规定》《售后服务标准文明用语》《售后服务热线录音电话管理办法》等售后服务管理制度，严格依据公司制定的客户投诉处理流程，以客户服务中心为核心集中处理客户的投诉和反馈，不断改进客服队伍的专业技能和素养，规范客服人员文明用语，提高售后服务信息记录和处理效率，力求做到及时反馈、及时跟进、及时处理，维护良好的客户关系，为公司提升和改进管理提供参考依据。2019 年，客户投诉处理率为 100%。

● 打造开放工厂

三元食品通过制定“定制化”参观方案，打造开放式工厂，积极组织市民参观体验，全方位展示现代化的乳品生产加工技术和全过程，让市民亲身感受科技创新带给三元的新面貌，得到参观者的广泛好评。

案例：“媒体走国企”走进三元食品

9月6日，由市委宣传部、市国资委联合举办的“媒体走国企”活动走进三元食品，来自新华社、人民日报等25家媒体的记者，集体参观了“三元科普体验馆”“三元文化馆”“北京奶业足迹馆”“牛奶生活馆”四个展厅，实地体验三元食品全自动现代化的生产线生产牛奶的全过程，感受三元食品70年的文化精髓，并就三元食品优质产品、海外投资管理等问题进行座谈交流。通过此次活动，进一步向媒体朋友展现三元食品落实国家战略、深化改革发展、服务百姓民生的责任担当。



座谈会现场

案例：国企开放日走进三元食品

三元食品是“首都国企开放日”活动的重要参与者。6月2日，第四届“首都国企开放日”正式启动，三元食品邀请北京晚报及社区青年汇的朋友们参观三元文化馆，探秘现代乳品生产加工过程，了解牛奶与生活、牛奶与健康的密切关系。



牛奶科普讲解



种公牛大合影

专题 2：投入所爱 持续新鲜

70 年来，三元食品的“红蓝形象”和“纯正奶味”，早已融入到家家户户的生活当中。三元食品几十年如一日坚守品质，用科学的态度，工匠的精神，打造出良心的产品，不断用高质量回馈社会的信任。

2019 年 7 月，三元食品全新包装正式上市，此次包装的全面焕新，更贴近消费者的审美需求，还将三元一直倡导的科学饮用牛奶理念融入其中，为消费者带来“持续新鲜”的健康生活。“新鲜”不仅是三元坚守的初心，更是对消费者的承诺，通过产品创新与升级，用行动力和创造力让消费者生活不断充满新意，也获得了消费者的口碑和赞誉。

 <p>屋型鲜牛奶</p>	<p>源自 GAP 认证的现代化牧场；巴氏杀菌，避免高温破坏原奶精华，有效保全原奶中的活性营养成分；全程冷链锁定新鲜。</p> <p>“对三元印象最深的是那张取奶证，因为每拿一次牛奶，就要在上面画个勾儿。每天日思夜想就是领奶的那一刻，因为大家会打开盖儿，比谁能一口气喝个底朝天。当然，那时男孩中还流传着一个小口令‘喝三元，长高高，才能保护心爱的人…’”</p>
 <p>小方白纯牛奶</p>	<p>100%生牛乳原料，严苛工艺生产完成，保留天然乳蛋白，给您提供丰富乳营养。</p> <p>“喝三元是从我爹那辈就开始的，因为我爹小时候就是伴着胡同里的三元吆喝声长大的。我出生后就接触到了三元牛奶，并认准了这个味道。”</p>

 <p>极致 A2β-酪蛋白鲜牛奶</p>	<p>从 8 万头奶牛中，仅筛选出 600 头纯种 A2 牛；仅含源生 A2β-酪蛋白，不干扰消化系统和免疫系统，更易吸收，更亲和人体，低温杀菌，冷链配送，全面守护健康。</p> <p>“这款牛奶，喝了肠胃很舒服，非常赞。瓶盖设计，喝不完方便保存，比吸管式方便快捷很多。”</p>
 <p>极致 ESL 低温杀菌鲜乳</p>	<p>源自荷斯坦冠军良种奶牛，GAP 认证的绿色生态牧场，采用 72° 巴氏杀菌、陶瓷膜除菌技术；蛋白质含量 ≥ 3.5g/100ml，更多乳铁蛋白、免疫球蛋白活性营养成分。</p> <p>“三元的牛奶，从小的最爱，这款新品营养价值很高，口感很好，专门买给家里的老人小孩喝！”</p>
 <p>芭缔欧冰岛风味酸奶</p>	<p>比风味酸奶国家标准最低限值多 30% 蛋白质；甄选优质牧场奶源，纯正冰岛菌种发酵制成；乳酸菌添加量 ≥ 1X10⁶CFU 克；引用现代生产设备，实现酸奶常温饮用，呵护肠道。</p> <p>“这款冰岛风味的酸奶味道很不错，小孩子很喜欢，已经买过好多次了，品质非常稳定，可以常温保存，建议大家选用，真的不错！”</p>
 <p>布朗旋烧酸奶</p>	<p>国内首款褐色酸奶，荣获法国 world tour 2016 大奖；自控牧场 100% 生牛乳发酵；90℃ 轻火慢烧，自然焦香。</p> <p>“一开始被它漂亮的瓶子吸引，喝过之后爱上了它的味道，创新的工艺，特别好喝的一款酸奶！”</p>

拼搏——携手并进 活悦人生

关键绩效：

劳动合同签订率：100%

社会保险覆盖率达：100%

员工培训人次：46,071 人次

员工培训投入：165.6 万元

（一）与伙伴共发展

1. 供应商管理

● 管理体系建设

三元食品不断完善供应商管理体系，制定供应商管理规范性文件，建立乳品供应商质量管理平台，严格审查和准入制度，执行基于风险评估的动态评价与二方审核的供应商质量管理模式，构建供应商质量成熟指数测评系统，全面提升供应商能力建设，推动双方互利共赢。2019 年，开展高风险供应商现场评审 36 家、工厂督查 60 余次、质量体系自查改进 160 余项，产品质量合格率为 100%。

● 供应商审核

三元食品加强供应商审核，制定供应商质量审核标准，建立供应商质量管理评价专家库，依据《供应商文件准入评价标准》《供应商现场评价标准》等文件对供应商进行评估；根据评价结果，将供应商划分 A、B、C、D、E 5 个等级，其中 A 为优秀、B 为良好、C 为合格、D 为急需要改进、E 为直接淘汰，对于优秀供应商可优先获得交易机会和优先支付货款的奖励，对于 C 等、D 等供应商，应接受订单减量，E 等供应商即予停止交易；对高风险等级的供应商，引入二方审核的管理方式，并委托权威专业的第三方认证机构开展监督审核，提升供应商质量管理水平，实现供应商质量管理“前移”，从“事后把关”转变为生产源头的预防性管理，最大限度减少供应商产品质量问题。

● 绿色采购

公司严格遵循公开、公平、公正的采购原则，推动供应商履行社会责任。与供应商签订质量安全承诺书、避免商业贿赂协议等规范性文件，要求所有包材、辅料均需符合国家标准，并提供自检的出厂报告单和第三方报告单，规范供应商行为。同时，加强内部采购管理，对

采购部门进行员工培训，提高采购队伍专业化能力，保障采购管理工作的规范化和科学化。

案例：山东三元奶源基地负责人年度评估

3月18日至21日，山东三元对现有奶源基地进行了为期4天的年度质量评估，从奶牛饲喂，生鲜乳生产、贮存、运输，奶站基础设施配备，制度及生产记录等全过程的质量控制进行综合评定，对存在的质量安全风险与控制方法与奶源基地负责人进行沟通交流及指导，要求其加强过程控制，及时整改。

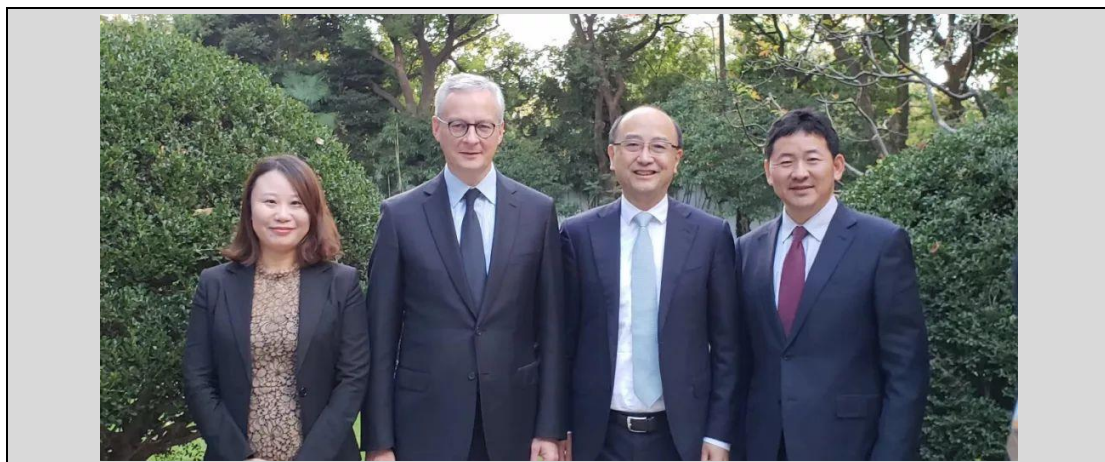


2. 战略合作

三元食品利用自身优势资源，拓展全方位战略合作关系，不断优化国内产业布局。融入全球智慧，联手复星收购法国健康食品品牌 St Hubert，丰富公司产品线，树立高端品牌形象，进一步增强市场竞争力，向“大健康产业”发展战略迈出坚实一步。

案例：创新健康产品 加强中法食品合作

11月5日，三元食品作为受邀企业代表，参加法国经济和财政部长勒梅尔与中国企业代表进行的小范围座谈。三元食品副董事长、总经理张学庆向勒梅尔财长重点介绍了复星和三元在法国投资百年食品品牌 St Hubert 的情况，并表示希望能和更多法国农业、食品企业开展全方位的合作，为中国消费者带来更多健康优质的好产品，勒梅尔财长对复星和三元在法国的各项业务表示赞赏和关注。



案例：三元食品旗下品牌闪耀亮相进博会 融合全球智慧服务中国市场

11月8日，三元食品旗下品牌亮相第二届中国国际进口博览会，展示三元食品大健康领域的发展成果——法国百年品牌 St Hubert（圣悠活）植物酸奶新品在中国市场首发，加拿大 AVALON（阿瓦隆）产品品质受到一致好评，国内高端冰淇淋品牌八喜走向世界舞台。

三元食品通过整合全球优质资源和智慧服务，国际化布局不断推进，高品质健康型食品的结构不断提升和完善，高端品牌形象也越发深入人心。



加拿大 AVALON（阿瓦隆）产品展区



法国 St Hubert（圣悠活）产品展区

（二）与员工共进步

1. 权益保障

● 基本权益

三元食品严格遵守《中华人民共和国劳动法》相关规定，维护员工合法权益，平等雇佣，公平对待不同国籍、种族、性别、年龄的员工，严禁用工歧视；杜绝使用童工，禁止一切形式的强迫或强制劳动；保护员工隐私，构建和谐劳动关系；丰富薪酬福利结构，为员工提

供具有行业竞争力的薪酬福利；严格落实法定节假日、带薪休假等假期，保障员工享有合理休息和休假的权利。2019 年，三元食品员工总数为 7,088 人，社会保险覆盖率达到 100%。

● 民主管理

为保障员工的知情权、参与权、选择权和监督权，三元食品建立以职工代表大会、党务厂务公开为核心的民主管理体系，鼓励员工积极参与公司管理和决策，在签订工资集体协议、职业病防治专项集体合同、女职工特殊权益保护专项集体合同等方面予以支持和指导，为员工表达需求提供畅通渠道，创建和谐三元。2019 年，员工参与工会比例为 100%。



9 月 18 日，三元食品召开四届十六次职工代表大会

2. 员工成长

● 员工培训

三元食品实施“人才强企”战略，建立多元化的人才培养模式，助力每一位员工成长与发展。建立员工培训体系，设置三级人才梯队，对人才队伍进行管理技能、专业技术、党建教育等多方面的培训，持续提升“六支人才队伍”素质；建立培训效果评估体系，制定了《培训反应性评估手册》《培训学习性评估手册》以及《行为评估手册》等模板，确保培训知识在员工的岗位实践中加以转化，提高了培训综合效率。

◇ 技能提升

三元食品通过理论课程、实操训练、线上学习、小组讨论、撰写论文等多项员工技能提升行动，提升一线技能人才的综合素质。2019 年，开展一线员工培训 1,023 期，培训人数达 31,642 人次。

◇ 内训师队伍建设

三元食品定期对现有内训师进行分级、评价，2019 年，选拔 73 名优秀员工作为新晋内训师人选，通过开展系列培养方案，加快新晋内训师成长的速度。截至 2019 年底，三元食

品共有内训师 176 人，其中 2019 年参与授课 109 人，总计授课课时达到 843 学时。

案例：公司举办“青年班组长训练营”活动

8 月 26 日—29 日，三元食品在河北新乐工业园组织开展了为期 4 天的“青年班组长训练营”活动，各个工厂青年班组长共计 51 人参加了此次培训。训练营活动分为前沿理论知识学习、岗位实践模拟（实操练习）、晚课一对一辅导、各小组成果展示竞赛四个部分，生动形象的课程讲解，丰富翔实的案例分析，真实有趣的模拟现场，让各位学员收获颇丰。



案例：公司组织开展体系内审员培训

9 月 18 日—20 日，三元食品组织开展为期 3 天的体系内审员培训，对质量管理、HACCP、环境管理、职业健康安全管理体系标准的重点条款及案例进行讲解，进一步加深内审员对标准的理解，有效提升内审技巧。



● **职业发展**

三元食品重视人才发展，搭建职工发展通道，设立管理职系、技术职系、销售营销职系、行政事务职系和生产职系 5 个职系，为员工提供平等晋升的机会和发展空间；明确不同类型员工的职位晋升与流动标准，依托绩效考核结果，定期执行员工的升降级制度，切实形成优

胜劣汰的人员流动机制，激励员工潜能，提升工作业绩。

2019 年，三元食品进行人才战略调整，助力公司转型升级。通过引入测评工具、梳理细化招聘流程、开展内部金牌面试官培训等方式，实现人才选拔的统一规范；搭建和优化人才数据化培养体系，持续优化改善人才培养体系，推动人才培养向精细化、精益化、创新化发展。

指标	2017 年	2018 年	2019 年
员工培训时长（小时）	20,392	20,423	16,360
员工培训人次（人次）	57,307	59,194	46,071
员工培训投入（万元）	157.03	215.9	165.6

3. 员工关爱

- 职业健康

三元食品积极推进职业健康安全管理，为员工提供安全、人性化的工作环境。严格遵守国家相关职业病防治法律法规，及时为职工发放劳动防护用品；定期开展职业健康培训教育，普及职业卫生知识，强化职工安全生产、职业危害防护意识；督促职工遵守职业病防治的法律法规、国家职业卫生标准和操作规程，提升员工自我保护意识，保障员工身心健康。2019 年，三元食品员工体检及健康档案覆盖率为 100%，当年无新增职业病。

案例：新乡三元开展职业健康安全管理专版培训

8 月 19 日—21 日，新乡三元组织开展职业健康安全管理专版的培训讲座，全体内审员及相关领导均参与了本次培训，为员工的职业健康防护知识强化、加深对现场审核的了解、进一步明确职业健康安全管理专版的相关范围以及更好地开展工作打下坚实的基础。



● 关爱弱势群体

三元食品重视和关爱员工，设立困难员工帮扶中心，为家庭困难员工提供资金帮扶，缓解困难员工家庭压力。关爱一线员工，组织开展“送温暖”“最美一线员工”等一系列基层员工慰问关怀活动，为基层员工送去温暖和关爱；加强对女性职工的特殊保护，为处于特殊时期的员工调整适宜的工作岗位，提高员工幸福指数。





● 平衡工作生活


为加强员工沟通交流，提高团队凝聚力和向心力，三元食品定期开展丰富多彩的文体活动，激发员工工作热情和积极性，缓解工作压力。通过组织全民健身活动、趣味运动会等文体活动，强健体魄，提升团队活力，让员工在快乐工作的同时尽享美好生活。



专题 3：匠人匠心，至诚至精

三元食品的发展离不开三元人的辛苦付出，他们在那些看似平凡岗位上初心不移铸就着不凡，他们为企业的未来与希望努力奋斗，用青春与热情熔铸了个人的梦想和企业的理想。

	<p style="text-align: center;">张双——23年严守安全防线</p> <p style="text-align: center;">全国五一劳动奖章获得者</p> <p style="text-align: center;">食品检验高级技师</p>
<p>1996年，从学校毕业的她加入三元食品大家庭，自此将23年的时间都献给了食品质量管理。张双孜孜不倦地推动着乳品检验的改革创新，根据乳制品质量安全的最高要求，勇于攻关，带领技术骨干自主研发出乳及乳制品硫氰酸钠检测方法、原料奶有机氯农药残留快速检测法，提高了检测准确率，缩短了检测时间，节约了检测成本，为三元产品的质量保驾护航。</p>	
	<p style="text-align: center;">于新生——26年守护乳品品质</p> <p style="text-align: center;">乳品加工工人</p>
<p>从1993年入厂以来，于新生已经在生产岗位从事乳品加工工作26个年头。从奶粉制作到奶酪生产，工厂的每一项技术引进，他都是第一批“吃螃蟹的人”。2007年，原制奶酪车间建成，第一块奶酪通过他的操作成型问世，彻底改变了奶酪只能依靠进口的历史。他总是利用业余时间，不断学习专业技能和乳品加工知识，练就过硬的技术和娴熟的业务能力。2017年，于新生在北京市“职工技协杯”职业技能竞赛中获得“乳品加工工”冠军。2018年，他获得了“首都劳动奖章”的荣誉表彰。他用26年的时光坚守乳品品质，成就在平凡岗位的伟大。</p>	

	<p style="text-align: center;">李建涛——7年专注科技创新 研发工程师</p>
<p>自 2012 年入职三元食品，李建涛先后任职技术中心课题组和发酵奶组，从事新品研发工作。在职期间，她负责、参与了多项科技计划项目，获得多个奖项。她通过对益生菌和膳食纤维种类甄选、组合配比对产品组织状态、风味的影响进行大量实验，并针对不同年龄、性别、不同健康状况消费者肠道微生态健康状况进行调节跟踪，根据消费者反馈结合数据分析不断优化完善配方，最终开发出 166 优效复合益生菌风味发酵乳，产品获 2018 年度公司技术创新奖。同年，李建涛荣获“第二十三届北京市优秀青年工程师”称号。7 年来，李建涛专注科技创新，成为三元食品创新发展的中坚力量。</p>	

奉献——守护健康 孕育幸福

关键绩效：

环保总投入：97 万元

安全生产投入：542.7 万元

学生奶捐赠额：100 万元

（一）呵护绿色环境

1. 环境管理

三元食品不断完善环境管理体系，修订环境管理相关制度政策，建立了 12 个程序文件，为公司环境保护与可持续发展提供有力支撑。建立环境保护风险应急机制，制定《突发环境污染事件应急预案》，注重污染防治和应急处置设施的日常管理，确保迅速、有序、高效地进行应急处置；定期开展危险化学品事故、氨泄漏事故、污水事故等环保预警应急演练，提高环境事件应急能力。2019 年，工业园环保总投入 97 万元。

指标	2017 年	2018 年	2019 年
环保总投资（万元）	474	119.215	97
环保培训人数（人）	1,000	1,340	1,326
环保培训时长（小时）	120	120	120

2. 节能减排

三元食品大力推行节能减排，制修订《三元环保管理制度》，设立能源考核目标，加强对能源控制程序的监督和考核。进行节能设备的研发和改造，创新节能技术，提高资源循环利用率；实施环境风险识别，对识别出的环境风险采取预防措施加以控制，委托第三方检测机构对废水、废气、油烟、噪声进行检测，确保合格达标排放。2019 年，能源综合消耗总量同比减少 240 吨标准煤，用水总量同比减少了 56,077.7 吨。

● 循环经济

三元食品积极推行循环经济,对设备进行技术升级,提升能源利用率;注重水资源管理,加强中水回收和冷凝水回收利用,使生产过程中的废水经过处理后变成可以利用的工业用水或绿化用水,促进水资源循环再利用;燃气锅炉加装锅炉余热回收器,可将高温烟气所携带的余热回收再利用,通过加热锅炉软化水补水及生活用水,提高锅炉运行效率;开展废旧包装回收利用,与原料供应商签订包装回收协议,所用纸箱不覆膜水性印刷,便于纸张的回收利用。“三元及递”的大部分产品坚持使用环保玻璃瓶,2019年,玻璃瓶使用量达1.84亿瓶。

送奶到户事业部玻璃瓶使用绩效

指标	2017年	2018年	2019年
玻璃瓶使用量(亿瓶)	2.06	1.86	1.84

案例：齐心聚力精益生产 节本降耗创优争先

液奶生产时,每天使用软水量大约1,200吨。为节约用水,河北三元成立攻关小组,通过降低润滑水量达到节水目的。调整后的润滑水量降到70吨/日,每日节约软水80吨。为进一步精益管理,河北三元针对节约UHT冰水、洗澡用水等项目进行改造,逐步将节水、节耗工作常态化,节约点点滴滴,降低生产成本。



● “三废”管理

减少废水排放:三元食品各工厂自建污水处理站,设置水处理检测设备,升级污水处理工艺,配备流量计及化学需氧量等主要污染物指标在线监测装置,各项指标达标后方可排放。

公司共有污水处理厂 11 座，日处理污水量达 7,332 吨。

案例：迁安三元污水处理站自动监控设施顺利完成验收

2018 年 7 月至 2019 年 1 月，迁安三元陆续增设氨氮、总氮在线监控设施，并于 2019 年 4 月对在线监测房和废水排污口进行改造，改造后的在线监控设备和废水排口采取明渠设计，便于采集样品和直观查看废水达标排放情况。两套设施于 5 月 16 日顺利完成了联网验收，已与市环保局自动监控平台联网运行，监控数据可作为环境管理依据。



减少废气排放：三元食品各工厂积极改造、淘汰落后能源设备，推进清洁能源的使用，有效降低生产过程中废气排放；加强废气监测，定期对废气进行处理，食堂油烟废气经油烟净化器处理后排放，保障排放废气符合环保指标要求。



北京工业园、河北三元锅炉废气排放安装在线监测系统，已投入运行

减少废弃物排放：三元食品开展废旧包装回收利用；固废、危废及生活垃圾由有资质的

第三方环保公司进行处理，杜绝废弃物对周边环境的影响；建设废弃物储存仓库，安排专人负责，分类储存并贴有标识、台账，避免废弃物对周边环境造成二次污染。

案例：山东三元组织危险废弃物自查自纠

山东三元建立危险废弃物检查小组，对照《工业危险废弃物产生单位规范化管理指标及抽查表》，对公司范围内的危险废弃物管理及现场情况进行全面检查，对发现的问题要求立即整改，并责令严格按照法律法规要求做好危废管理工作，杜绝环保事故发生。



3. 绿色建筑

绿色建筑是目前行业的发展趋势，能够最大限度地减少能源消耗和资源浪费。三元食品在规划和建设前进行可行性分析，充分考虑建设项目对周边环境的影响，进行环境影响评价。河北三元工业园在规划和建设之初，认真落实环保要求，选用环保材料和产品，并对建设内容、平面布局、建设规模、污染治理等内容进行环境评价，打造绿色环保型厂区。目前，北京工业园、河北新乐工业园两大乳制品加工项目均获政府环保部门认可的环评报告。



工业园厂房绿色采光设计

4. 绿色办公

三元食品通过实施一系列绿色办公举措，为员工营造节约环保的文化氛围，引导员工从身边小事做起，树立节约、低碳、环保理念。

- 大力推行无纸办公和无纸化服务，鼓励视频会议和电话会议，减少办公资源的浪费，提高办公效率；优化移动化应用和 OA 办公系统，不断提升系统自动化程度并严格风险防控，同时打通 OA 及即时通讯管理软件，实现移动办公，年度通过 OA 管控的费用超过 20 亿元，OA 整体审批效率提升 2%。
- 大力开展节水节电管理。多使用自然采光及节能灯具，降低照明能耗，倡领导人走灯灭，节约用电；在洗手间、楼道等处张贴节约用水、用纸等标志；定期检修水电设备，出现故障及时更换。

5. 环保公益

三元食品积极倡导绿色发展理念，成立环境教育工作领导小组，积极开展环境宣教活动；组织厂区环境优化、义务植树等环保活动，鼓励员工参与日常环保活动，提升员工环保意识，共筑美丽家园。



（二）强化安全生产

1. 安全体系建设

三元食品重视安全生产，成立公司和事业部两级安全委员会，强化安全生产组织领导，由党委书记、总经理共同承担领导责任；逐级签订《安全目标责任书》，将安全管理目标任

务层层分解、细化，推动各方齐抓共管；建立健全安全管理制度，不断完善安全生产标准化体系建设，开展安全现状评价；落实安全生产“一岗双责”，建立全员参与制度，形成覆盖全公司的安全生产管理网络；加大安全生产资金投入，提升企业安全生产综合保障能力。2019 年，公司安全生产投入 542.7 万元。

指标	2017 年	2018 年	2019 年
安全生产投入（万元）	456.8	462.8	542.7
安全生产事故数（次）	0	0	0



2. 安全培训演练

三元食品注重加强员工安全培训，积极组织安全生产月活动，加强安全宣传教育。每年定期举办“管理干部安全生产管理资格”继续教育培训，实现管理人员全部持证上岗；通过消防技能竞赛、应急演练、安全教育培训课程等一系列活动，普及安全知识，提高员工自我防护能力和突发事件处置能力，确保公司生产安全平稳运行。2019 年，公司安全培训人数达 13,810 人，参与应急演练人数达 4,093 人次。

案例：各二级单位开展安全生产月活动

	
<p>唐山三元安全生产月氨泄漏事故应急演练</p>	<p>柳州三元开展安全生产知识、用电安全知识培训</p>
	
<p>江苏三元开展火灾疏散逃生演练</p>	<p>迁安三元制作安全月宣传条幅</p>
	
<p>常温奶事业部开展体验式安全教育培训</p>	<p>特渠事业部开展安全月制冷站应急演练</p>

3. 安全隐患排查与治理

三元食品贯彻落实《北京市生产安全事故隐患排查治理办法》《关于开展安全隐患大排查、大清理、大整治专项行动的通知》等文件精神，积极开展隐患排查治理，通过日常例查、联合检查、重点抽查及“安全月”专项检查等监管方式，对检查中发现的安全隐患及时处理和整改，确保安全无虞。



12月6日，特渠事业部开展安全隐患排查工作，针对天然气和液化石油气的使用、员工持证上岗情况、压力容器检测情况进行详细排查，对存在的疏漏当即指出并要求及时整改

案例：新乡三元开展安全生产培训

8月29日—30日，新乡三元针对“四标一体”的体系内容、危险源辨识清单、环境因素表等对生产一线百余名员工进行了为期两天的培训，帮助一线人员进行危险因素识别，进一步规范操作流程，规避风险，助力安全生产目标顺利达成。



延伸阅读：

“四标一体”是指在 ISO9001、ISO14001、OHSAS18001、NOSA 五星安健环管理体系框架下的，以 GB/T19001-2000 标准为基础，融合 GB/T24001-2004 标准、GB/T28001-2001 标准、CMB253-2004 管理标准要求，实现质量、环境、职业健康安全一体化管理的综合管理体系。

(三) 共建和谐社区

三元食品始终坚持“良心、爱心、责任心”的公益理念，积极推动公益事业，主动承担和履行企业的社会责任，发挥主业优势，用爱心温暖整个社会。

1. 践行社会责任

三元食品连续多年助力农业部组织的“中国小康牛奶行动”，在湖南、安徽、河南、河北等地为青少年捐赠牛奶，用实际行动关爱祖国未来的健康成长。



5月29日，三元食品开展“情寄留守，温暖童心”牛奶捐赠活动，向湖南佛年小学留守儿童捐赠牛奶



6月7日，三元奶粉在安徽向贫困家庭献爱心



6月17日、6月22日，三元食品为河南驻马店两所中学的学生捐赠牛奶



10月21日-22日，三元食品举行“三元冬日送温暖，呵护学生健康成长”公益活动，为河北定州市各中小学捐赠牛奶

2. 助老扶幼

三元食品用实际行动践行“取之于社会，回馈于社会”的企业社会责任，通过开展各项

公益活动关爱儿童、老人等弱势群体，用实际行动彰显乳企担当。



1月29日，迁安三元来到迁安市光荣院慰问老兵，了解他们的身体健康状况，并为他们送上春节的慰问品及问候



8月22日，三元食品携手星巴克助力2019智行北京夏令营，邀请家境贫困、父母为艾滋病携带者的留守儿童到北京工业园进行参观与实践，鼓励他们积极面对生活



8月24日，三元食品助力麦当劳“为爱奔跑”活动，活动现场所筹得善款全部捐赠给“中国宋庆龄基金会麦当劳叔叔之家慈善基金”，用于救助异地就医患儿家庭

3. 志愿服务

三元食品大力弘扬责任文化，积极鼓励员工参与志愿活动，通过社区服务、无偿献血等途径奉献爱心、回馈社会，彰显三元食品全体员工的家国情怀。



5月4日，常温奶事业部开展“致敬最美劳动者”爱心捐赠活动，向200余位环卫工人捐赠牛奶，对他们的辛勤劳动表示感谢



6月23日，低温奶事业部员工参与“在职党员双报到”活动，为美化社区贡献自己的力量



11月22日，三元食品20余位员工前往北京市红十字血液中心无偿献血，奉献自己的一份爱心

专题 4：健康知识科普，助力健康中国

2019年，国家卫生健康委印发《健康中国行动（2019—2030年）》，进一步明确健康知识的普及方式、触达质量等目标要求，明确提出“鼓励社会力量参与健康知识普及工作”，并提出应“针对重点人群、组织编制相关知识和信息指南”。三元食品作为乳品行业龙头企业，积极响应国家号召，开展各类健康知识普及公益活动。

<ul style="list-style-type: none"> ● 4月7日，由奶牛产业技术体系北京市创新团队、北京市奶业协会联合主办的“奶香飘万家”奶业科普活动在北京启动，该活动通过专家讲授、现场交流、线上阅读、释疑等多种形式，向民众科普奶牛产业、乳品产业、乳及乳制品相关知识。三元食品积极参与并成为首家进入“奶香飘万家”奶业科普活动的乳品企业，获得“公益之星”称号。 	 <p>三元食品获“公益之星”称号</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 6月1日，首届“北京牛奶文化节”开幕，三元食品联合北京市奶业协会走进社区，开展牛奶健康知识科普活动。通过发放《牛奶与健康》手册、产品体验等多种形式，向市民普及乳制品营养和饮奶选奶知识，让科学饮奶的理念走进千家万户。 	 <p>社区科普活动现场</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 7月18日，柳州三元与柳北区食药监局共同打造了食品安全知识科普宣传站，向前来参观的市民及孩子们科普食品安全知识。 	 <p>组织学生参观食品安全知识科普宣传站</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 11月29日，三元食品总部党委第一党支部联合低温奶事业部党总支，结合“北京通养老助残卡首农惠民产品服务”活动，为社区消费者提供乳品知识咨询，并带来了三元食品参与编写的《奶业科普百问》书籍，免费开展赠书活动。 	 <p>工作人员现场赠送书籍并普及乳品知识</p>

数说 2019

指标	单位	2017 年	2018 年	2019 年
经济绩效				
纳税总额	亿元	2.62	4.70	2.32
营业收入	亿元	61.21	74.56	81.51
社会绩效				
员工总数	人	8,055	7,847	7,088
报告期内吸纳的就业人数	人	756	754	846
女性员工人数	人	4,609	4,399	3,858
本地化雇佣比例	%	37.86	38.89	50.84
员工流失率	%	12.1	11.72	11.53
内部工作环境员工满意度	%	91.6	87.5	80
劳动合同签订率	%	100	100	100
社保覆盖率	%	100	100	100
每年人均带薪年假天数	天	8	8	7
少数民族或其他种族员工比例	%	3.55	3.51	3.26
残疾人雇佣率	%	0.34	0.20	0.25
参加工会的员工比例	%	100	100	100
通过员工申诉机制申请、处理和解决的员工申诉数量	个	0	0	0
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
年度新增职业病数	个	0	0	0
科技工作人员数量	人	55	55	60
新增授权发明专利数	个	2	1	2
客户投诉解决率	%	100	100	100
员工培训时长	小时	20,392	20,423	16,360
员工培训人次	人次	57,307	59,194	46,071
员工培训投入	万元	157.03	215.9	165.6
安全生产投入	万元	456.8	462.8	542.7
安全生产事故数	次	0	0	0
安全培训人数	人	15,694	13,587	13,810
环境绩效				
环保总投资	万元	474	119.215	97
环保培训人数	人	1,000	1,340	1,326
环保培训时长	小时	120	120	120
能源综合消耗总量	万吨标准煤	1.185	1.187	1.163
万元产值综合能耗	吨标准煤/万元	0.050	0.051	0.044
用水总量	吨	1,361,954	1,315,726 .2	1,259,648 .5

废水排放量	万吨	87.47	33.77	80.16
废气排放量	万立方米	8,715.540	8,813.483	8,613.12
废弃物排放量	吨	1.33	6.65	3
年度新鲜水用水量	吨	1,238,140	1,196,112	1,145,135
污水回收再利用率	%	26	20	20
办公室用水总量	吨	12.6	14	18
玻璃瓶使用量	亿瓶	2.06	1.86	1.84

荣誉 2019

<p>2019 年 1 月，在北京日报社主办的 2018-2019 年度传媒盛典上，三元衡安堂 166 优效复合益生菌风味发酵乳荣获“2018 年度乳制品市场新势力”奖。</p>	
<p>2019 年 3 月，在北京电视台财经频道举办的第四届“诚信北京”315 消费者权益日晚会上，三元食品成功当选“诚信承诺企业”。</p>	
<p>2019 年 5 月，北京市总工会授予三元食品“首都劳动奖状”。</p>	
<p>2019 年 6 月，“世界品牌大会暨中国 500 最具价值品牌发布会”权威发布 2019 年《中国 500 最具价值品牌》榜单，北京三元食品股份有限公司品牌价值突破 251 亿元，同比增长 25.9%，连续多年入围。</p>	
<p>2019 年 7 月，在 2019 品牌中国健康产业高峰论坛上，三元极致 A2β-酪蛋白纯牛奶斩获“科技创新产品”奖。</p>	

<p>2019 年 10 月，三元食品以 100%检验合格率，完成阅兵食品供应工作，获得“纪念建国 70 周年阅兵服务保障单位”称号。</p>	
<p>2019 年 10 月，在《证券日报》主办的第二届中国乳业资本论坛上，三元股份荣获“2019 最具社会责任奖”。</p>	
<p>2019 年 10 月，陈历俊同志荣获北京市人民政府授予的“北京学者”称号。</p>	
<p>2019 年 11 月，三元食品荣获第十七届中国食品安全年会“科技创新十强企业”及“社会责任领军企业”。</p>	
<p>2019 年 11 月，在中国社会责任百人论坛主办的第二届北京责任展暨《企业社会责任蓝皮书（2019）》发布会上，三元食品社会责任发展指数名列乳品企业前三甲，并凭借“全产业链管理保障乳品安全”案例入选《分享责任——企业社会责任基础教材（第二版）配套案例集》。</p>	
<p>2019 年 12 月，国营北京市牛奶站（三元）被认定为北京老字号。</p>	

未来展望

2020 年是全面建成小康社会和“十三五”规划圆满收官之年，也是脱贫攻坚决战决胜之年，三元食品将继续坚持品质为先的理念，密切跟踪宏观经济形势和行业变化趋势，认真落实公司发展规划和各项决策部署，加快创新、积极履责，力争做民族乳业担当。

乳品健康安全保障。三元食品将继续秉持“至诚之心，缔造至臻产品”的企业使命，立足全产业链，坚持高标准管理，加强风险评估与预防，保障产品质量安全；加大创新研发投入，不断推动产品突破和技术创新，促进产品市场竞争力和品牌影响力提升，持续为消费者提供多元化、多功能的健康产品。

互信共赢创造价值。三元食品将继续完善社会责任管理体系，定期与投资者沟通，持续为股东创造价值；优化客户管理体系，增强服务意识，为消费者提供优质服务；加强与全产业链伙伴的合作交流，提升供应商管理水平，推动乳品行业高质量发展；重视人才培养，打造专业化发展平台，关爱员工生活，与员工共同成长。

坚守责任共创和谐。三元食品将继续传承“良心、爱心、责任心”的“三心”文化，贯彻绿色发展理念，强化安全生产和环境保护意识，保证企业发展的健康、可持续；强化乳品企业担当，发挥自身优势，继续关注贫困儿童的营养健康问题，持续推进精准健康扶贫；助力社会和谐，扎根社区服务社区，持续开展公益志愿活动，打造具有温度的民族品牌。

2020 年是一个全新的开始，将会迎来更多的考验和挑战，也将创造更加光明和幸福的未来。三元食品会更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，时刻不忘初心，矢志牢记使命，与广大利益相关方一道，携手同心，坚定前行，成为中国最受尊敬的乳品品牌！

附录

指标索引

目录		中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-CSR4.0)	页码
关于本报告		P1	
领导致辞		P2.1	
责任聚焦		P2.2、P3.1	
走进三元	关于我们	P4.1-4.4	
	公司治理	M1.1、M1.3、S1.1-1.2	
	责任管理	G1-G2、G6	
匠心——卓越品质 厚育价值	牧场质量管理	M2.2	
	生鲜乳验收	M2.2	
	生产过程把控	M2.2、M2.3	
	科技创新	M2.5-2.7、M3.6	
	冷链运输	M2.1-2.2	
	品尝三道关	M2.1-2.2	
	食品可追溯	M2.2、M2.12	
忠诚——臻于至善 共享成果	让股东更信任	M1.1-1.2、M1.4-1.5	
	让客户更满意	M2.9、M2.14-2.16、M2.18	
拼搏——携手并进 活悦人生	与伙伴共发展	M3.1、M3.3、M3.6、M3.8、M3.10-3.12	
	与员工共进步	S2.1-2.20	
奉献——守护健康 孕育幸福	呵护绿色环境	E1.1-1.3、E1.5、E1.8-1.9、E2.1-2.19、E3.1-3.2、E3.6	
	强化安全生产	S3.1-3.6	
	共建和谐社区	S4.3、S4.10、S4.12	
数说 2019		A2	
荣誉 2019		A3	
未来展望		A1	
附录	指标索引	A5	
	我们的行动——联合国可持续发展目标 (SDGs)	P3.1-3.2	
	评级报告	A4	
	意见反馈	A6	

我们行动——联合国可持续发展目标 (SDGs)

2015 年 9 月 25 日，联合国正式通过 17 个可持续发展目标，旨在从 2015 年到 2030 年间以综合方式彻底解决社会、经济和环境三个维度的发展问题，转向可持续发展道路。三元食品以联合国可持续发展目标 (SDGs) 为行动指导，积极探索乳业可持续发展的路径，对标可持续发展目标。

目标	内容	我们在行动
1. 消除贫穷 	在全世界消除一切形式的贫困	<ul style="list-style-type: none"> ● 报告期内吸纳就业人数：846 人 ● 三元食品连续多年助力农业部组织的“中国小康牛奶行动”
2. 零饥饿 		
3. 健康福祉 	确保健康的生活方式，促进各年龄段人群的福祉	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全生产事故数：0 ● 新增职业病人数：0
4. 优质教育 	确保包容和公平的优质教育，让全民终身享有学习机会	<ul style="list-style-type: none"> ● 员工培训时长：16,360 小时 ● 员工培训人次：46,071 人 ● 员工培训投入：165.6 万元
5. 性别平等 	实现性别平等，增强所有妇女和女童的权能	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性员工总数：3,858 人
6. 清洁饮用水和环卫设施	为所有人提供水和环境卫生并对其	<ul style="list-style-type: none"> ● 年度新鲜用水总量：1,145,135 吨 ● 办公室用水总量：18 吨

 <p>6 清洁饮水与卫生设施</p>	<p>进行可持续管理</p>	
<p>7. 经济适用的清洁能源</p> 		<ul style="list-style-type: none"> ● 玻璃瓶使用量：1.84 亿瓶
<p>8. 体面工作和经济增长</p> 	<p>促进持久、包容和可持续经济增长，促进充分的生产性就业和人人获得体面工作</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会保险覆盖率：100% ● 劳动合同签订率：100% ● 正式员工总数：7,088 人 ● 人均带薪休假天数：7 天
<p>9. 产业创新和基础设施</p> 	<p>建造具备抵御灾害能力的基础设施，促进具有包容性的可持续工业化，推动创新</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 科技工作人员数量：60 人 ● 新增授权发明专利数：2 项
<p>10. 减少不平等</p> 	<p>减少国家内部和国家之间的不平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 残疾人雇佣率：0.25% ● 本地化雇佣比例：50.84%
<p>11. 可持续城镇</p> 	<p>建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类居住区</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 优化移动化应用和 OA 办公系统，年度通过 OA 管控的费用超过 20 亿元，OA 整体审批效率提升 2%
<p>12. 负责任消费和生产</p> 	<p>采用可持续的消费和生产模式</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 污水回收再利用率：20%

<p>13. 应对气候变化</p> 	<p>采取紧急行动应对气候变化及其影响</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 能源综合消耗总量同比减少 240 多吨标准煤 ● 废水排放量：80.16 万吨 ● 废弃物排放量：3 吨
<p>16. 公正、和谐和包容社会</p> 	<p>创建和平、包容的社会以促进可持续发展，让所有人都能诉诸司法，在各级建立有效、负责和包容的机构</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 客户投诉解决率：100% ● 内部工作环境员工满意度：80%
<p>17. 全球伙伴关系</p> 	<p>加强执行手段，重振可持续发展全球伙伴关系</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 三元食品旗下品牌闪耀亮相进博会，融合全球智慧服务中国市场

评级报告

暂无

意见反馈

本报告是北京三元食品股份有限公司向社会公开发布的第六份企业社会责任报告，为持续改进公司社会责任工作，不断提高履行社会责任的能力和水平，我们非常希望倾听您的意见和建议。恳请您协助完成反馈意见表中提出的相关问题，并选择以下方式反馈给我们。

电话：010—56306666

邮寄：中国北京市大兴区瀛海瀛昌街 8 号三元市场部

您的信息

姓名：

联系电话：

E-mail:

意见反馈

1、您对公司社会责任报告的总体评价是

好 较好 一般

2、您认为本报告是否能反映公司对经济、社会 and 环境的重大影响

高 较高 一般 较低 低

3、您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何

好 较好 一般 差 不了解

4、您认为公司在哪方面的责任议题做得最好

风险管理 责任管理 食品安全 产品与服务创新 慈善公益

员工关爱 安全生产 合作共赢 绿色发展

5、您最满意本报告哪一方面？

6、您希望进一步了解哪些信息？

7、您对我们今后发布报告还有哪些建议？