

# 三元食品 2015 企业社会责任报告

坚守好品质



## 目录

关于本报告.....	4
董事长致辞.....	5
总经理致辞.....	5
责任专题.....	7
一、365 天始终如一，及递每一份温度.....	7
二、“牛进城了”，为梦想护航.....	9
走进三元.....	11
一、关于我们.....	11
（一）企业简介.....	11
（二）三元里程碑.....	12
（二）组织架构.....	13
（三）企业文化.....	14
二、风险管理.....	14
（一）反腐倡廉.....	14
（二）效能监察.....	15
责任管理.....	15
一、责任治理.....	15
（一）社会责任理念.....	15
（二）社会责任组织体系.....	16
二、利益相关方沟通.....	16
责任实践.....	18
一、坚守良心，让生活多一点健康.....	18
（一）把好奶源第一关.....	18
（二）阳光监管安全体系.....	21
（三）科技创新.....	23
（四）冷链运输.....	25
（五）品尝体系.....	26
（六）食品质量可追溯.....	27
（七）客户满意.....	27
二、奉献爱心，让社会多一些感动.....	30
（一）投身公益事业.....	30
（二）开展公益活动.....	30
（三）倡导健康理念.....	32
（四）共建和谐社区.....	33
三、秉持责任心，让相关方多一份信任.....	33
（一）为股东创造价值.....	33
（二）与员工共同成长.....	34
（三）为伙伴谋求共赢.....	40
（四）与环境共生发展.....	43
责任绩效.....	47
关键绩效表.....	47
荣誉 2015 .....	48

附录 .....	50
未来展望.....	50
意见反馈.....	51

## 关于本报告

本报告是北京三元食品股份有限公司（以下简称“三元”、“公司”或“我们”）连续发布的第二份企业社会责任报告，披露了三元及所属单位在经济、环境和社会等方面的工作绩效，报告时间范围为 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，部分内容数据超出上述范围。

### ● 参考标准及可靠性保证

本报告在编制过程中参考了上海证券交易所《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-CSR3.0)》、全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告指南》(G4)。

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。

### ● 信息来源与说明

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。

### ● 编制流程

本报告编写经过国内外企业社会责任标准分析、同行业企业社会责任报告对标、社会责任访谈与培训、管理层审定等步骤，确保报告信息客观、规范、诚信、透明。

### ● 报告获取方式

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 索取。

## 董事长致辞

从 1956 年建立的北京市牛奶总站，到北京市牛奶公司、香港上市以及回归国内的 A 股，北京三元食品股份有限公司风雨兼程 60 载。斗转星移，改变的是工艺、是技术，不变的是一直坚守、始终如一的好品质。



60 年来，三元食品始终以品质为基石，贯彻“质量控制前移”的源头保障准则，在行业内率先实现奶源、研发、生产、监测、销售、物流配送、售后服务为一体的产业链管理模式，逐步完善乳品产业卓越质量管理体系，保障食品安全健康。我们始终承担保障首都重大政治、经济活动的乳品供应重任，树立了业内良好口碑。

60 年来，三元食品始终恪守高标准的生产和管理，在严格遵守国家标准和行业标准的基础上，制定更为严格的企业标准。打造三元独有的“阳光监管安全体系”、首创“品尝三道关——人体试验”方式、坚持全程冷链以保障产品品质的“最后一公里”。我们始终坚持“诚信为本、质量立市”的原则，坚守三元好品质。

60 年来，三元食品始终以满足消费者需求为己任，高度重视科技创新，每年进行新产品、新技术研发，积极制定相关标准，形成产学研用合作优势。从早餐奶类到鲜奶类、从养生类到代餐酸奶类，三元食品融合了养生、健康、美味等诸多元素。一直以来，我们始终致力于为消费者提供更多元的产品和更有品质的服务。

作为一家负责任的企业，三元持续推进、参与各项社会公益慈善事业，为社会奉献爱心，回报社会。

三元食品，60 年来情牵百姓健康，心系民族乳业；

三元食品，60 年来风雨兼程，坚守梦想；

三元食品，将与您共同携手，再创辉煌！

A stylized, handwritten signature in black ink, which appears to be the name '常毅' (Chang Yi).

——北京三元食品股份有限公司 董事长 常毅

## 总经理致辞

2015 年，中国乳品行业进入“新常态”时期：宏观形势错综复杂，国内经济出现阶段性回落；全球化发展深入融合，国内乳品市场竞争日益激烈；“互联网+”行动计划持续推动，互联网营销成为乳品企业新的竞争优势。这些“新常态”，给三元食品带来挑战的同时，也提供了前所未有的机遇。



作为拥有 60 年历史的民族品牌，三元食品在发展中直面困难，锐意进取。通过企业战略调整，实现竞争差异化，形成了持续稳健的发展局面。投资 16 亿元建设河北三元工业园，为京津冀地区一体化发展发挥示范引领作用；连续五次获得国产婴幼儿奶粉口碑第一，荣获“国家学生奶饮用奶计划推广先进企业”、“最具影响力的十大品牌”、“消费者最喜爱的食品品牌”等殊荣，也是首届“北京市人民政府质量管理奖”十家获奖单位中唯一的食品企业，受到业界高度认可。

从最初努力满足首都人民的供奶需求，到作为国家和北京市重大政治活动、经济文化大型活动的乳制品供应商，三元食品坚持“诚信为本、质量立市”为经营理念，发展集奶源、供应商、研发、加工、检测、物流配送、销售及售后服务为一体的全程质量管理模式，凭借科技支撑与专业质量管理人才队伍助力产品质量安全，并引入 IT 全方位支持，实现全产业链质量信息的可追溯性，不断提高对乳品质量的管控能力，确保乳品的质量安全，全方位践行食品安全这一重要责任。60 年来，三元不遗余力地投身公益事业，坚持为在京的老红军战士终生无偿提供鲜奶，坚持援助救助困难群众，积极为汶川地震、玉树地震、西藏地区捐赠物资。三元致力于为社会带来关怀与感动，传播“良心、爱心、责任心”。

百舸争流千帆竞，乘风破浪正远航。三元食品将持续秉持“以至诚之心，缔造至臻产品”的企业使命，与您携手向前，迎接新挑战，实现新跨越，迈向新高度！

——北京三元食品股份有限公司 总经理 陈历俊

## 责任专题

### 一、365 天始终如一，及递每一份温度

“60 年风雨兼程，我们始终如一，不忘初心。

从一辆自行车走街串巷，

到每天 70 万份的送奶量，

工具在变，路上的风景在变，

三元人的爱心、良心、责任心永远不变！”



#### ● 根植信任，传递品质

“如果出现订户不付款现象，所产生的款项，一切有我来承担。”三元送奶到户事业部原总经理闫伟一诺千金。

2008 年初，三元食品公司成立送奶到户事业部，当时日最高投递数不足 21 万份。闫伟在进行市场调研时发现，每年春节前，都是经销商卷款出逃的高发期，这不仅影响客户

能否及时喝上奶，更影响三元的信誉。

送奶到户事业部成立后，闫伟带领员工对传统的经营方式进行创新和改革，实行“先喝奶后付费”的方式。但他的主张一经提出，便遭到来自各方舆论

的压力。有人认为，这种方式根本行不通；还有人认为，这种经销方式风险太大，有可能给企业带来不小的损失。针对可能存在的风险，闫伟将全部责任承担下来，并表示“如果订户不付款，一切损失由我承担”。根植于对消费者的信任，加之常年优质的服务，三元品牌赢得了众多客户的信赖，2015 年，三元牛奶已经达到 73 万份的日均订户数。

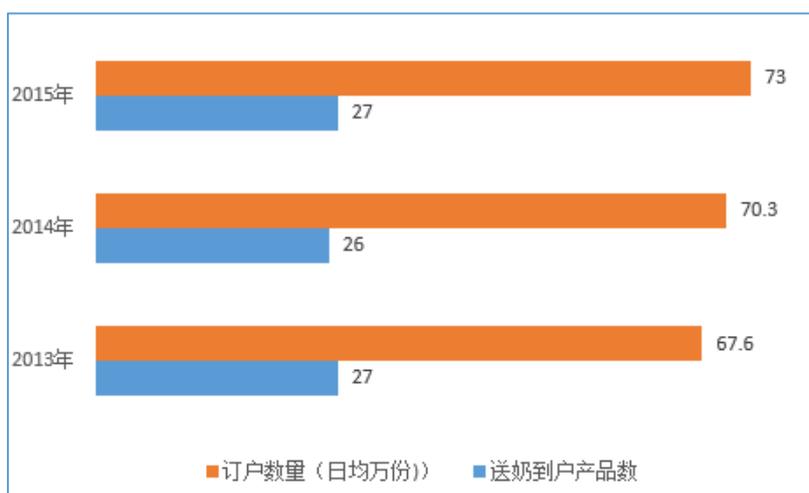


● 感动服务，及递温暖

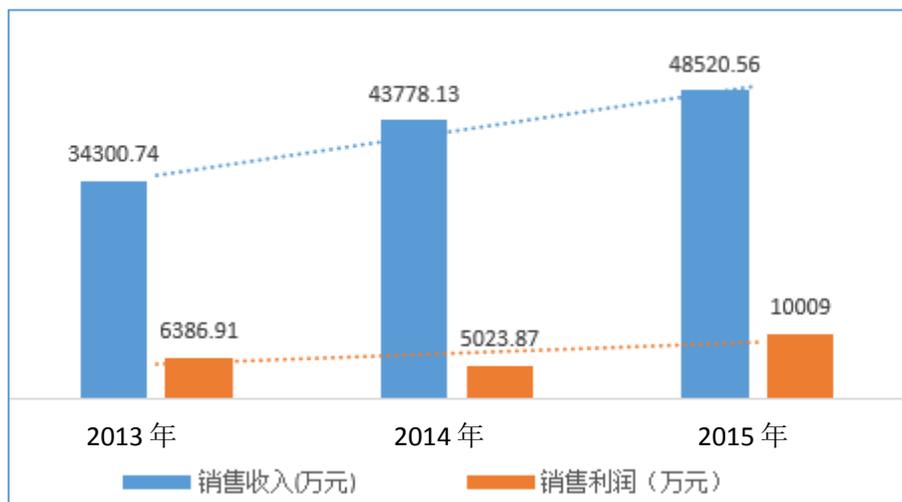
- 2003 年 11 月 6 日，立冬大雪，交通瘫痪，三元人不分岗位集体出动，把每一份奶送到订户手中。
- 2012 年 7 月 21 日，北京暴雨，三元送奶工顶风冒雨前行，订户发微博致谢。



一年 365 天，不管刮风下雨，送奶工总是及时把新鲜的牛奶送到您手上。如果说，陪伴是最长情的告白，三元送奶工每天送去的，除了一瓶瓶健康营养，又何尝不是一封封无字情书。



送奶到户事业部订户数及产品数 (2013 年-2015 年)



送奶到户事业部销售收入及利润（2013年-2015年）

## 二、“牛进城了”，为梦想护航

2015年，三元“牛进城了”创意牛雕塑全国巡展活动在五一小长假正式开幕，活动以“i三元 i梦想”为主题，以孩子的梦想为出发点，给家长一个探知孩子内心世界的机会，同时也给孩子们提供了一个展现自己创意、表达自己主见的平台。这是一场创意无限、亲子互动的梦想之旅，正是三元“传播梦想、播撒希望”的文化体现。



### “牛进城了”巡展日程

- 5月1日：北京朝阳公园开幕式
- 6月20日-6月22日：天津万达广场
- 6月26日-6月28日：山东潍坊泰华城假日广场
- 7月10日-7月12日：河南新乡体育中心
- 9月11日-9月13日：河北石家庄裕华万达广场
- 10月30日-11月1日：北京金源燕莎购物中心

### 放飞创意——宝贝涂牛大赛

在牛身上涂鸦，这是只有在“牛进城了”才有的机会，三元继 2014 年再次举办“宝贝涂牛大赛”，把梦想涂在牛身上，为家长与孩子们搭建了一个描绘梦想的园地。此次活动，吸引了数百位小朋友参加了比赛，对于从来没有在立体的作品上涂画的他们，这一形式分外新奇好玩，小朋友们激情创作，创意无限。



### 放飞希望——填写梦想卡片

本次活动的主题是“i 三元 i 梦想”，特别邀请参加活动的孩子们都在梦想卡上认真写下自己的愿望，三元通过梦想卡片，让孩子记录梦想，储存童年美梦。

“探索尼罗河，  
登上珠穆朗玛峰，  
驾驶飞机，去南极、北极，  
读完莎士比亚、柏拉图的全部名著，  
登上遥远、美丽的月球。  
15 岁时写下了 127 个梦想。  
66 岁，约翰葛达德成功实现了其中的 108 个。  
**这就是梦想的力量。”**

## 走进三元

### 一、关于我们

#### (一) 企业简介

北京三元食品股份有限公司（以下简称“三元”）是以奶业为主，兼营麦当劳快餐的中外合资股份制企业，2003年9月15日在上海证券交易所上市。三元产品涵盖屋型包装鲜奶系列、超高温灭菌奶系列、酸奶系列、袋装鲜奶系列、奶粉系列、干酪系列及各种乳饮料等百余品种，日处理鲜奶达3000余吨，在河北、山东、河南、天津、广西、内蒙古等地建立了十六大生产基地，拥有“三元”、“燕山”等著名商标，销售网络覆盖北京各城区、郊县及全国50多个省、市及地区。



## （二）三元里程碑

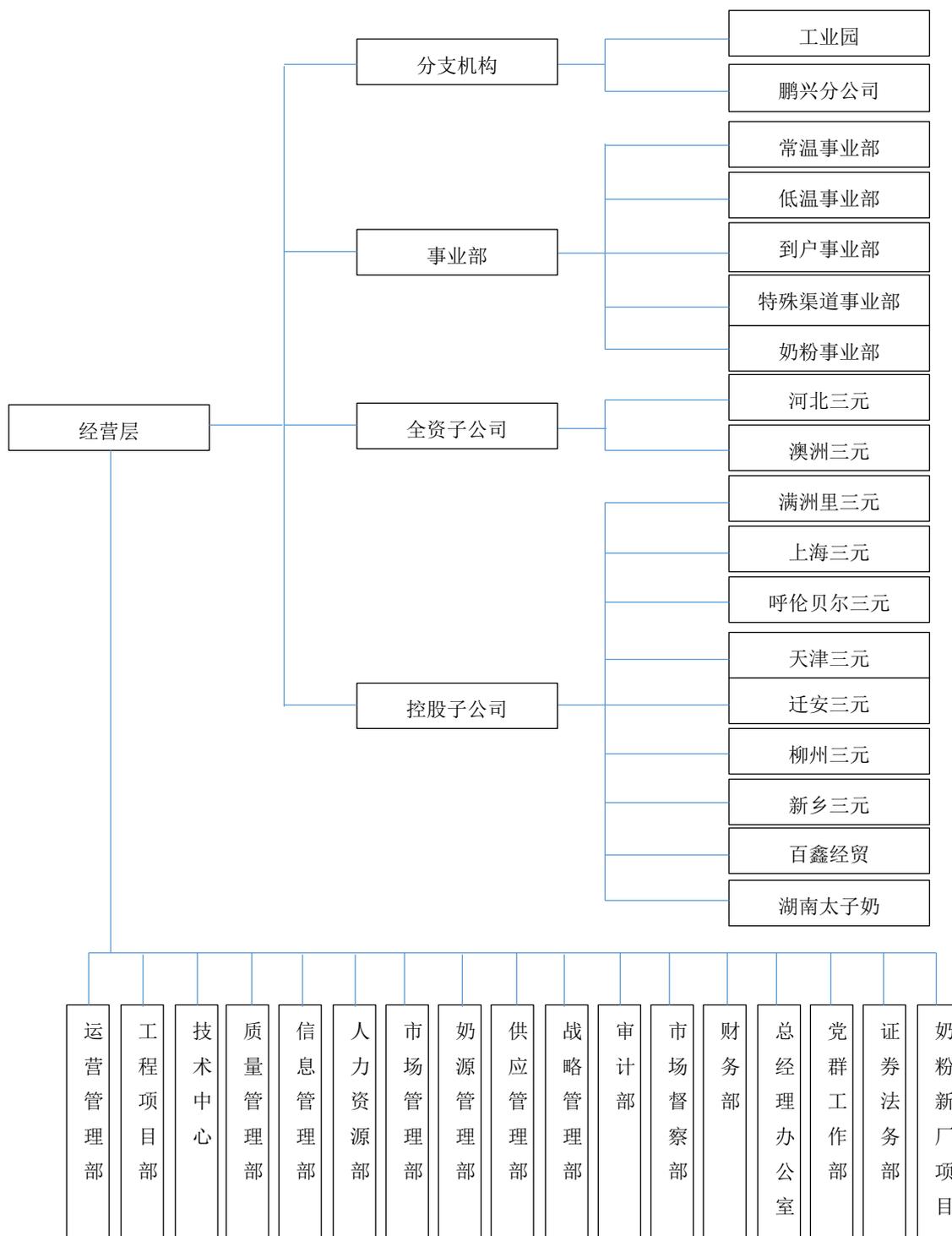
北京三元食品股份有限公司是以奶业为主，兼营麦当劳快餐的中外合资股份制企业，其前身是 1956 年成立的北京市牛奶总站。

- 1956 年，三元前身——北京市牛奶总站成立，亲历了北京市奶业从无到有，从小到大的过程，开启了我国乳品加工业的崭新篇章。
- 1968 年，更名为北京市牛奶公司，承担了北京市民牛奶供应的主要任务。
- 1997 年，整合优质奶业资源和麦当劳 50% 权益后北京三元食品有限公司成立。
- 2001 年，改制为“北京三元食品股份有限公司”。
- 2003 年，于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。
- 2009 年，三元成功竞得三鹿资产。
- 2011 年，与新华联合作收购湖南太子奶公司，同年，北京三元工业园竣工投产。
- 2013 年，承担起振兴民族乳业的重任，挑起国产婴幼儿乳粉的大旗。
- 2014 年，与复星集团强强联合并投资 16 亿启动河北三元工业园项目。
- 2015 年，启动收购北京艾莱发喜有限公司 90% 股权项目。

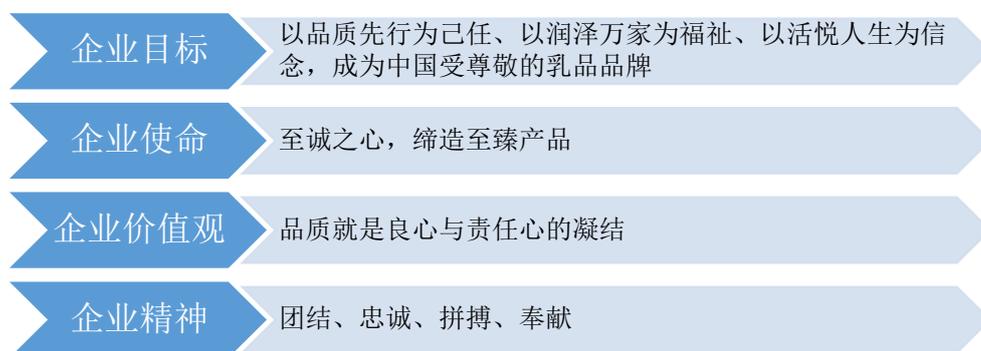


1968 年北京市牛奶公司

(二) 组织架构



### （三）企业文化



## 二、风险管理

### （一）反腐倡廉

2015 年，三元食品贯彻落实党的十八大和十八届三中、四中全会精神，认真践行“三严三实”，印发《北京三元食品股份有限公司企业效能监察工作办法》、《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，推进公司反腐工作制度化、规范化，认真开展党风廉政教育活动，强化警示教育。

#### 案例：内化于心，外化于行

2015 年，三元食品扎实开展“三严三实”专题教育，董事长常毅带领全体党员干部深入学习“三严三实”的丰富内涵和重大意义，并对巩固“三严三实”教育成果提出了具体要求。

另外，三元食品不断丰富学习形式，确保学习取得实效。公司为每一名党员购买了新修订的《中国共产党廉洁自律准则》和《中国共产党纪律处分条例》，通过自学与集体学习相结合的方式，使党员干部把握主要内容和精神实质，内化于心、外化于行，增强贯彻执行自觉性和坚定性。



## （二）效能监察

为进一步规范企业效能监察工作，提升企业内控水平，2015 年，公司制定了《北京三元食品股份有限公司企业效能监察工作办法》，成立效能监察领导小组，并下设企业效能监察工作办公室，深入开展效能监察工作。截止 2015 年 10 月，公司建立健全内控制度 156 个，梳理流程 1291 个，形成了较为完善的内控管理体系。

### 案例：奶粉招标“四不准”

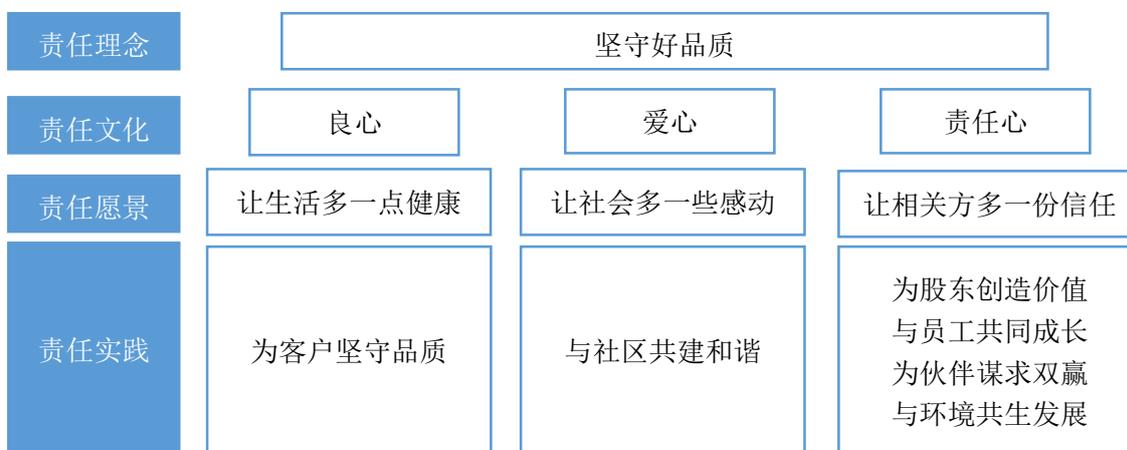
- 不准做有损企业利益的事
- 不准签订人情合同
- 不准接受施工单位、设备供应与安装单位、供应商以及参与招投标单位的请客和礼物
- 不准单独与有合作单位的人员洽谈涉及合同签订及履约的事宜

## 责任管理

### 一、责任治理

#### （一）社会责任理念

三元食品始终将“良心、爱心、责任心”作为品牌基因，在“三心”基因的强力驱动下，60 年来，三元永葆发展活力，并长期秉持“坚守好品质”的社会责任理念，持续推进社会责任制度建设和责任实践。



## （二）社会责任组织体系

我们重视与相关方沟通，成立社会责任工作小组，定期编制社会责任报告，坦诚披露社会责任信息。高层领导重视社会责任工作的开展，指定市场管理部为牵头部门，组织开展社会责任报告编制、社会责任培训交流工作；各业务部门结合职能定位全面参与并积极推进社会责任工作开展，实现上下联动的社会责任工作机制。

## 二、利益相关方沟通

三元的发展离不开利益相关方的参与和支持。三元在日常经营中深入研究利益相关方关切的问题，高度重视与利益相关方的沟通，将相关诉求转化为公司可持续发展的行动目标和方案，切实加强自身能力建设，并通过各种渠道和途径，向利益相关方传播公司责任理念及履责动态，努力满足各方合理期望与诉求。

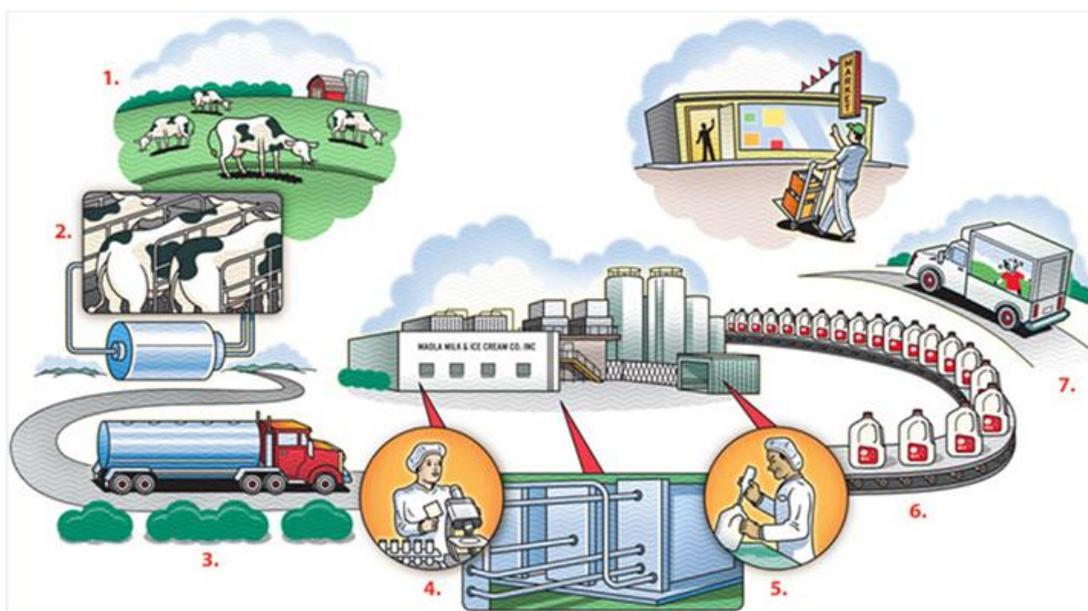
利益相关方	对企业的期望	回应与沟通渠道
股东与投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 确保国有资产保值增值</li> <li>◆ 防范经营风险</li> <li>◆ 良好的信息披露</li> <li>◆ 开发需求，拓展市场</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 投资者会议</li> <li>◆ 报表和拜访</li> <li>◆ 定期汇报工作进展</li> </ul>
政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 贯彻宏观政策</li> <li>◆ 推动行业发展</li> <li>◆ 守法合规，公平竞争</li> <li>◆ 依法纳税、稳定就业</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 参与行业标准制定/研讨</li> <li>◆ 监管考核</li> <li>◆ 主动纳税</li> </ul>
消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 安全健康的产品</li> <li>◆ 畅通的沟通渠道</li> <li>◆ 完善的客户服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 严格质量管控</li> <li>◆ 企业微博/微信等新媒体</li> <li>◆ 客户满意度调查</li> <li>◆ 应对客户投诉</li> </ul>
供应商与经销商合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 遵守商业道德</li> <li>◆ 公平公正公开采购</li> <li>◆ 互利共赢、共同发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 制定公平公正的采购政策</li> <li>◆ 严格审核与认证</li> <li>◆ 加强沟通</li> <li>◆ 带动履责</li> </ul>

非政府组织	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 保持密切联系，信息共享</li> <li>◆ 开展合作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 与教育和研究机构合作</li> <li>◆ 加入非政府组织，开展社会活动</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 保障基本权益</li> <li>◆ 促进技能提升及职业发展</li> <li>◆ 员工关爱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 提供合理的薪酬福利体系</li> <li>◆ 员工培训与反馈</li> <li>◆ 职业健康安全管理</li> <li>◆ 员工职代会等信息沟通</li> <li>◆ 员工关爱与帮扶</li> </ul>
社区	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 关注民生状况</li> <li>◆ 投身社会公益</li> <li>◆ 服务社区发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 促进就业</li> <li>◆ 带动相关产业发展</li> <li>◆ 社会公益活动</li> </ul>
环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 遵守环保法律法规</li> <li>◆ 合理利用资源</li> <li>◆ 落实节能减排</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 建立环境管理体系</li> <li>◆ 绿色牧场建设</li> <li>◆ 节能减排与发展循环经济</li> <li>◆ 绿色办公与环保公益</li> </ul>

## 责任实践

### 一、坚守良心，让生活多一点健康

三元成立至今，始终严格履行《食品安全法》、《食品安全国家标准》等相关法律法规、制度标准，积极落实企业主体责任。通过不懈追求，打造了一条从奶牛育种、饲养、牛奶加工、销售、运输到售后服务完整的乳品产业链，创造了一套符合中国国情的现代化乳业生产、加工、经营的模式，并在产业链的每一个环节确保产品质量与安全。



#### “元”声

“三元有三品，品种好、品质好、品牌好；三元是北京人的品牌，中国人的信心！”

——农业部部长韩长赋

#### （一）把好奶源第一关

为保证乳品质量可控性，提高乳品安全性，三元食品始终坚持走自控牧场的道路。引进先进的 EDTM 奶牛饲养管理方式，为三元创造优质高产的奶牛。



EDTM 奶牛饲养管理体系

**小元大讲堂：EDTM 奶牛饲养管理体系**

E(Environment)——奶牛环境。指以改善奶牛环境条件为核心的饲养模式及饲养工艺的改革。

D(DHI)——奶牛数字化管理体系。指以 DHI 测定为代表的奶牛生产数字化管理体系，其突出的作用表现在“能度量才能管理”。

T(TMR)——全混合日粮饲养调控技术。指以全混和日粮为核心的奶牛日粮调控技术。精粗饲料的均匀采食保证了奶牛的瘤胃健康。

M(Management)——奶牛场标准化管理体系。以关键技术为核心，建立贯穿奶牛饲养全过程的技术、管理及工作标准。

● **我们给奶牛舒适的生活环境：**

持续完善奶牛饲养条件与环境，通过建立科学的奶牛保健控制体系等方面稳定奶牛的产量和质量。

**“元”声：**

“进入第一牧场花园式的场区内，可以看到分群饲养的奶牛带着黄色的耳标，正悠闲地吃着统一配制的 TMR 日粮。一些牛躺在干燥、舒适的卧床上小憩，一些牛则刚刚从挤奶厅出来，井然有序地踱回自己的牛舍。员工们正按照一定的作业流程忙碌着。”

——乳业资讯网记者

● **我们严格把控原料奶的各项指标**

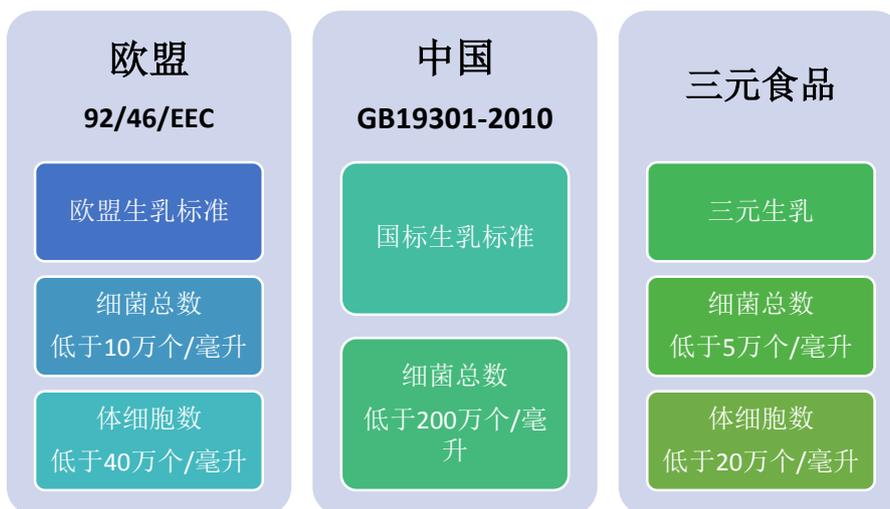
为保障原料奶的质量，“走出”牧场的原料奶都需要经过重重检验，一是感官评价，需

要由供应方与收购方双方试饮；二是指标检测，加工厂对原料奶进行全项的检验检测，且部分关键指标高于国际标准，合格后方收购；三是事前监控，对原料奶供应商进行现场和文件的审核，防范原料奶收购风险。



● 我们为您提供有保障的奶源品质

一贯的高标准和严要求保障了稳定而持续的奶源品质。三元食品在严格遵守国家标准和行业标准的基础上，制定了企业标准，在生产过程中，执行了更为严格的内控标准，确保产品安全健康。三元所有牧场细菌数、体细胞数都达到了全球要求最为苛刻的欧盟标准。



小元大讲堂：

**牛奶体细胞数**是指每毫升牛奶中的细胞总数，在正常情况下，牛奶中体细胞数一般在 2 万~20 万个/mL。如果奶牛不幸患乳房炎，会影响到牛奶的产量及品质，体细胞数也会相应增加。所以体细胞数是反映牛奶质量及奶牛健康状况的指标。

案例：“与世隔绝”的原料奶产出过程

为保证原料奶从挤奶到灌装全过程的质量安全，避免二次污染，牧场建立了封闭的原料奶生产线。牧场负责人介绍“从牧场的工作人员为奶牛戴上吸奶器，到消费者打开产品的包装前的全过程，牛奶始终处在低温、与外界隔绝的状态。”



**现代化全封闭的挤奶设备**

三元产品生产线的起点也就是收奶罐车的停车场，管道将罐车和生产线无缝连接在一起，将产自三元自控牧场的鲜奶引入生产车间。



**收奶车与生产线无缝连接**

## （二）阳光监管安全体系

三元将食品安全管理作为工作的重中之重，打造了一套三元独有的“阳光监管安全体系”，从原料奶的验收、贮存、消毒、灌装到成品入库，乳品加工的每道工序都会取样检测，实现全程公开透明，进一步提升和保障了乳品的安全性。

### **案例：生产全过程质量安全保障**

原料奶运输到生产车间后，三元实施了更为严格的生产过程质量安全保障。

- **全覆盖在线监控**

对原料奶接收、前处理、标准化、杀菌、灌装至产品出入库的整个过程的重要控制点实施在线监控，并在各关键质量控制点增加网络高清摄像头，确保全天候加工过程始终处于受控状态。

- **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。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。

- **第三方检验**

除了对重要工序和重点环节的半成品进行严格过程检验之外，对所有成品都会进行外部第三方检测。

- **食品安全风险控制**

公司设立食品安全风险评估控制小组，由三元总经理任小组组长，公司质量管理部为小组常设机构，公司技术部门、奶粉事业部为小组成员，共同对食品安全风险控制进行管理。



现代化的生产线

**案例：坚持湿法生产，打造“国粉”品质**

三元食品涉足奶粉业务，是从收购三鹿公司开始的。多年来，三元奶粉从零起步到稳扎稳打到逐渐亮出了旗帜鲜明的“国粉”招牌，最关键的就是对品质的重视。

奶粉生产分为干法和湿法两种。多年来，三元始终坚持成本较高的湿法生产，为消费者带来营养均衡，口感新鲜的优质品质。

品质坚持带来的是消费者的认可。三元奶粉在中国统计信息服务中心发布权威的《中国婴幼儿奶粉品牌口碑研究报告》连续五次蝉联国产奶粉口碑第一名，2015 年，在由中

国食品工业协会主办的“2015 中国食品产业发展和品牌创新”论坛上，荣获“2015 消费者最喜爱的食品品牌”大奖。

**“元”声：**

“婴幼儿奶粉市场是良心市场，在非常严峻的市场形势面前，我们选择了‘笨’办法，因为我始终认为‘品质重于营销，优质大于合格’。尽管我们产量有限，但我们要确保每一个喝三元奶粉的宝宝，都得到了优质产品的关爱。”

——北京三元奶粉事业部总经理吴松航

**小元大讲堂：干法工艺与湿法工艺**

**干法工艺：**将乳清粉、各种矿物质、各种微量元素在干物质状态下进行搅拌、分装。

**湿法工艺：**采用鲜牛奶，在牛奶液态状态下加入各种营养物质、微量元素、矿物质，再经过均质、杀菌、浓缩、喷雾干燥，最后生产成奶粉。

干法生产不需要鲜奶，而是采用乳清粉作为主原料；湿法生产采用鲜奶为原料，因此湿法生产出的奶粉，营养更加均衡、口感更加新鲜，但对充足优质奶源要求极高，成本也会相对较高。

### （三）科技创新

三元秉持“科技保障产品品质，创新推动企业发展”的理念，建立了一个以工程技术研发中心为基础，以高校院所为依托，以市场为导向的企业科技开发体系；并围绕“都市型”奶业产品“专而精”的发展路线，加大科技创新研发力度，推出具有自主知识产权和国际先进水平的创新产品。

#### ➤ 科技研发中心

三元是国家高新技术企业和国家技术创新示范企业，拥有全国一流的研发实验室、中试车间和检测中心，技术中心建筑面积 10000 平方米，配备了国际先进的科研、检测仪器及中试设备；三元“乳品研究与开发及质量控制——陈历俊工作室”不断研发新产品，实现技术革新和技术攻关。

#### 案例：“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”积极筹建

目前，三元食品在科技部支持下正筹建国内唯一一家致力于母婴乳品研究的“国家母

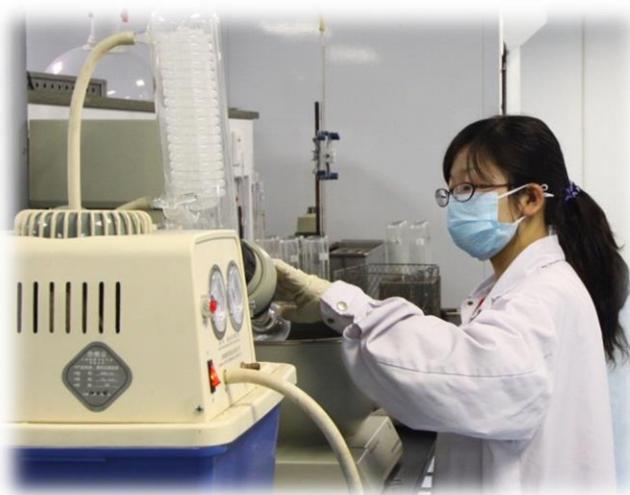
“婴乳品健康工程技术研究中心”。

作为国家级工程中心，该工程中心将从母乳及婴幼儿营养健康基础研究、婴幼儿配方乳粉临床应用评价、生产原料自主开发等方面入手，重点解决乳粉产业核心技术和共性技术问题，实现高端婴幼儿配方乳粉的自主开发与国产化，振兴国产乳粉产业。

### ➤ 科技创新人才

强有力的人才基础是企业创新发展的不竭动力。三元重视青年骨干培养，优化团队结构，形成学术领先、结构合理的优秀科技创新团队，为公司的创新能力提供强有力的智力保障。

目前，三元拥有“国务院特殊津贴”1名，中组部“万人计划”1名，“国家百千万人才工程”1名，科技部“中青年科技创新领军人才”1名，“科技北京百名领军人才”1名，北京市科技新星计划1名，“北京市百千万人才工程”2名，“北京优秀青年工程师”6名，在站博士后4名。



### ➤ 科研成果

三元大力开展科技创新工作，取得了丰硕的技术研发成果。近些年，三元食品荣获国家科技进步二等奖2项，省部级等科技进步奖8项，行业协会进步奖17项，2015年获北京市科技进步三等奖2项。三元累计申请发明专利40项，其中授权发明专利35项。

科技创新绩效（2013-2015）

指标	2013年	2014年	2015年
科技研发投入（万元）	1136.63	1132.86	1408.35
科技工作人员数量（人）	42	45	45
新增专利数（个）	13	3	2

## ➤ 产学研合作

三元积极开展与国内外高等院校在科技创新方面的交流与合作，与美国伊利诺伊理工大学、美国克莱姆森大学、北京大学、中国农业科学院、中国农业大学等高等院校的产学研合作，致力于研究新成果，开发新产品，逐步建立起一个以企业科研开发机构为基础，以高等院校为依托的企业科技开发体。



美国佛蒙特大学郭明若教授



美国克莱姆森大学陈峰教授

三元技术中心加强与 Arla、DSM 等国内外原辅料供应商之间的沟通和合作，每年组织数十家知名公司开展产品创新论坛，在新产品开发与创新方面共同探讨解决方案并分析市场情况。



丹麦 Arla 公司的技术讲座



DSM 公司技术讲座

## （四）冷链运输

三元食品拥有全程受控的冷链系统，在北京建有冷藏库，并配备 300 多辆专业冷藏运输车，每日为 3000 多个销售中心和网店及时配送质量安全的牛奶，同时对于第三方承运商，要求其配备符合标准的冷库、冷藏车设备，并以此作为具体的条款在合同中注明，以进一步保障低温乳制品的产品质量。

### 案例：冷链宅配，品控“质”道的“最后一公里”

三元食品对低温产品有非常严格的冷链宅配制度，以确保产品品质的“最后一公里”。

送奶到户配送队伍均为公司培养的专业人员，自配有三元及递冷藏车。消费者订奶后，配送中心统一发货到奶站，由专业人员从奶站取货为客户配送低温奶。配送中心均建有冷库，奶站都配备冰柜、保冷柜、隔温垫，点对点的配送均交给了冷链设备车。全程的冷链运输为客户提供了“最后一公里”的品质保障。



### （五）品尝体系

为了生产出安全乳品，除了对原料奶多重严格检验外，三元首创“品尝三道关——人体试验”方式。在三元食品工业园牛奶加工生产线上，生产管道有一个特别装置——取样阀。牛奶经过杀菌处理之后，车间现场管理人员必须对每批次产品取样，当场喝下抽取的牛奶。只有自己先喝了，才能放心给消费者喝。这就是三元一直坚持的“品尝体系”。



品尝体系，严把质量关

## （六）食品质量可追溯

为实现三元产品全产业链的质量管控及信息可追溯，三元自主开发了乳制品生产过程监控软件及食品安全追溯管理软件，对奶源质量、原辅材料供应商、质量检验等信息进行有效管理，并引进德国 MES（迈斯）信息系统，搭建食品安全质量追溯信息化管理平台。



奶粉质量安全追溯平台

## （七）客户满意

### ➤ 产品质量管理体系

三元食品导入和推行卓越绩效管理模型，客观地从“领导、战略、市场、供应、相关方”等方面对公司进行全方位的评价和指导，显著推进了公司运营管理水平提升和持续改进。三元通过了 ISO9001 质量管理体系、HACCP 体系、ISO14001 环境管理体系认证、GB/T28001 职业健康安全管理体系，并根据不同种类产品，分别制定 HACCP 计划书，实现特色质量管理模式，2015 年，三元产品合格率为 100%。

产品合格率（2013-2015）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
产品合格率 (%)	100	100	100

**小元大讲堂：HACCP 体系**

HACCP 体系是 Hazard Analysis and Critical Control Point (危害分析和关键控制点) 的英文缩写。HACCP 体系是国际上共同认可和接受食品安全保证体系。它强调对原料、关键生产工序及影响产品安全的人为因素进行分析,确定加工过程中的关键环节,并针对性建立并完善监控程序和监控标准,以采取规范的纠正措施。

**➤ 客户满意度调查**

三元每年定期组织客户满意度测评,通过客户满意度调查及意见收集,三元对产品质量和整体服务过程进行分析,并基于结果分析不断完善与改进工作,力求为顾客提供更优质的产品和安心的服务。

**客户满意度绩效 (2013-2015)**

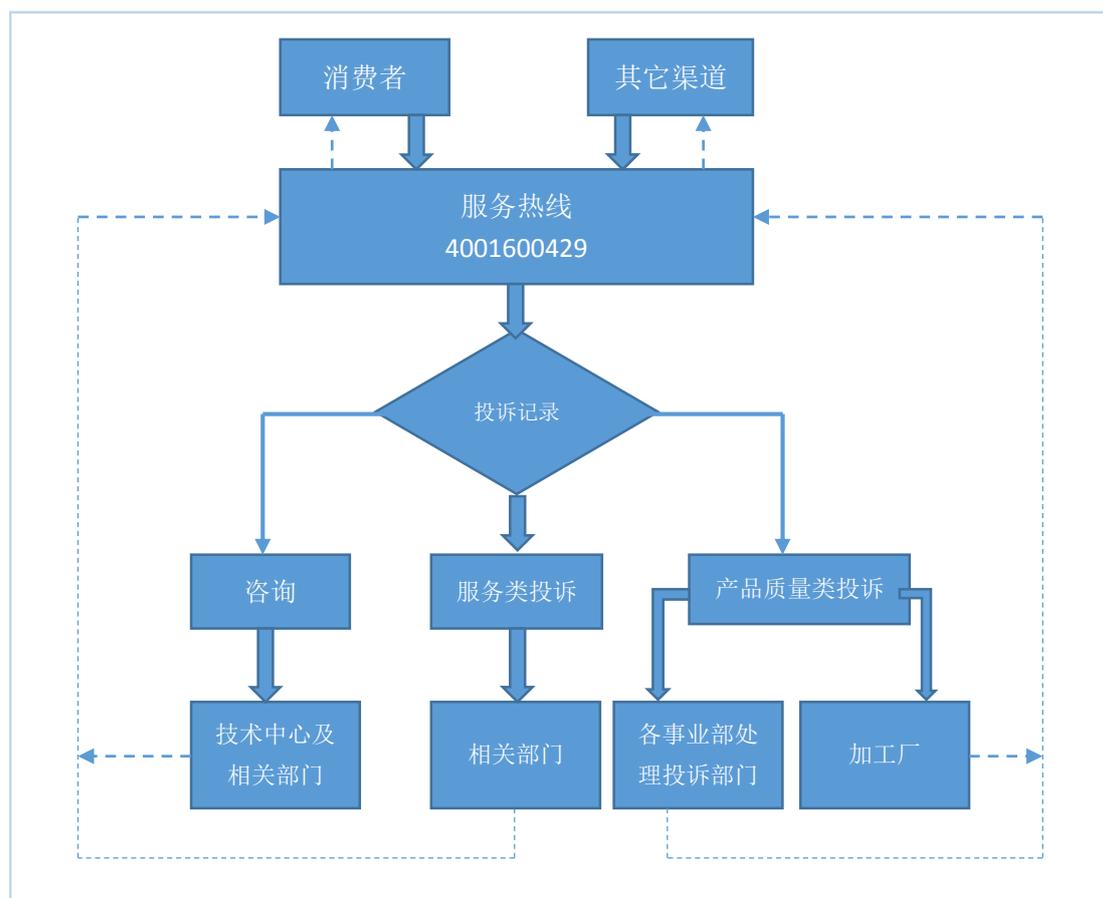
指标	2013 年	2014 年	2015 年
爱力优奶粉客户满意度 (%)	99.4	100	100

**➤ 积极应对客户投诉**

本着“诚信为本、质量立市”的服务宗旨,三元制定了《售后服务热线管理规定及工作细则》、《售后服务标准文明用语》、《售后服务热线录音电话管理办法》、《售后服务质量记录管理规定》等制度,明确售后服务热线信息接听流程和产品质量问题投诉传递流程,接线员在规定时间内将投诉传递至相关投诉处理部门,并对接线员的标准文明用语和信息记录进行规范。

**客户投诉解决率 (2013-2015)**

指标	2013 年	2014 年	2015 年
客户投诉解决率 (%)	100	100	100



北京三元食品股份有限公司售后服务流程

## 二、奉献爱心，让社会多一些感动

60 年来，三元始终遵循“良心、爱心、责任心”的企业文化，以诚信和厚德成就安全健康的乳品品质，打造了让百姓放心的三元品牌。公司高度关注公益事业，与北京妇女儿童发展基金会、中华希望树儿童救助专项基金、北京市妇女联合会等单位合作支持公益事业，成为北京妇女儿童发展基金会的“爱心合作伙伴”和北京市妇女联合会的“公益战略合作伙伴”。

### （一）投身公益事业

三元将公益事业与自身的行业和企业特色结合，承担作为老字号乳品企业的社会责任。

- **支持文化教育活动**，向在校学生提供学生奶，并大力支持贫困学校建设；
- **关注关爱特殊群体**，为在京的老红军战士终生无偿提供鲜奶，为各地福利院捐助婴幼儿奶粉，为多胞胎家庭制定“三元爱心宝宝大家庭计划”；
- **援助救助困难群众**，为汶川地震、玉树地震捐赠物资，2015 年，为藏区儿童捐赠价值 100 万元的奶粉。



捐赠总额（2013-2015）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
捐赠总额（万元）	75.29	17.96	27.58

### （二）开展公益活动

三元多年来深耕公益领域，持续开展一系列的公益慈善活动，2015 年，继续开展“三元爱心万里行”、“三元爱心宝宝大家庭”等活动，并联合中国少年儿童文化艺术基金会共同开展“三元之夜—2015 母亲节公益演出”。

### 案例：“让爱前行 睛彩中国”——三元爱心万里行走进西藏

2015 年 8 月 12 日，由三元食品发起“让爱前行 睛彩中国”爱心万里行活动走进西藏，为西藏地区捐赠了价值百万元的优质奶粉。

据了解，西藏地区由于光照强烈，白内障患病率极高，叶黄素对白内障预防有明显的



的小宝宝的视力能得到尽可能多的有效的保护。此外，三元还在营养研究与专业服务等方面向藏区提供了尽可能多的援助，身体力行地积极投身到公益事业中。用心为爱，大爱无疆，三元用“良心、爱心、责任心”汇聚中国正能量。

### 案例：国粉三元爱心宝宝大家庭

为解决多胞胎家庭母乳不足，抚养困难等问题，三元从 2010 年开始启动“三元爱心宝宝大家庭”，为多胞胎家庭提供无偿帮助，旨在提高国人健康水平和健康素养，并从最初的对三胞胎以上困难家庭扩展到对双胞胎以上困难家庭实行援助，充分体现了国粉三元的良心、爱心与责任心。截止 2015 年底，已捐助全国各地双胞胎以上家庭 960 多家。



### 案例：三元之夜—2015 母亲节公益演出

2015 年 5 月 10 日，三元联合中国少年儿童文化艺术基金会等机构主办了以“感恩·孝道·责任”为主题的“三元之夜——2015 母亲节公益演出”活动，引导少年儿童从小养成感恩的生活态度。

三元作为中国少年儿童文化艺术基金会公益合作伙伴，近年来持续推动少年儿童文化艺术公益事业，为传承和弘扬中华优秀传统文化贡献力量。



### (三) 倡导健康理念

三元始终肩负“健康中国乳业”的崇高使命，遵循“以母爱为最高标准”的产品理念，并积极向消费者传播乳品知识，倡导健康的生活方式。

### 案例：“心标准、新启航”——大型母婴健康关爱之旅

2015 年 5 月 17 日下午，由北京妇产医院、北京健康之声文化传播有限公司联合主办，三元鼎力支持的“心标准、新启航——大型母婴健康关爱之旅（首站）”在北京举行。

北京妇产医院产科特需门诊主任王琪教授向现场 300 多为准妈妈们详细介绍了孕期的营养保健问题，中国营养协会终身理事长、北京三元食品股份有限公司奶粉事业部总经理吴松航向准妈妈们分享了判断奶粉好坏的三个主要标准，活动现场气氛热烈，准妈妈们表示受益匪浅。



#### （四）共建和谐社区

三元食品致力于打造良好的社区关系。组织消费者参观工厂、注重对社区居民进行健康知识普及，有效地传递了三元的社会责任理念，拉近了与社区居民的关系。2015 年，三元组织学生、消费者参观江苏三元奶牛体验基地，累计参观人数达 6122 人。

##### 案例：放心食品进社区

为响应“创建国家食品安全城市”的号召，山东三元联手潍坊电视台与当地多家知名企业合作，举办“放心食品进社区”活动，让消费者在家门口就能买到放心、便宜、优质的食品。除此之外，山东三元联手



潍坊电视台制作了牧场和工厂的宣传片，让社区居民更直观地了解三元牛奶从牧场到工厂的品控过程，增强了消费者对三元食品的信任。

### 三、秉持责任心，让相关方多一份信任

#### （一）为股东创造价值

公司严格按照《公司法》、《证券法》等规范性文件要求，结合公司发展情况，不断完善公司的法人治理结构、规范公司经营运作，进一步建立健全内部控制制度体系，推动公司治理水平不断提高。公司注重投资者回报，2015 年，公司利润总额为 8700 万元。

股东责任绩效（2013-2015）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
总资产（亿元）	35.87	42.56	75.86
营业收入（亿元）	37.98	45.34	45.50

利润总额（亿元）	-2.78	0.25	0.87
归属本公司的股东净利润（亿元）	-2.26	0.55	0.79
归属于本公司股东权益（亿元）	16.12	16.00	56.05
净利润增长率（%）	-777.73	124.25	43.68
净资产收益率（%）	-13.15	3.47	1.60
每股收益（元）	-0.2553	0.0619	0.0564

公司定期召开股东大会、董事会、监事会，接待投资者来访和咨询，与投资者充分沟通。公司以《中国证券报》、《上海证券报》为渠道，严格按照证券监管部门的要求进行信息披露，做到真实、准确、完整，所有股东都有平等的机会及时获得信息。

## （二）与员工共同成长

### 1. 保障基本权益

公司严格遵守《劳动法》等相关法律法规，依法与员工签订劳动合同。依据《三元食品劳务人员管理办法》、《三元食品劳务派遣人员转为合同制员工管理办法》等确保各类用工人员的权益，招聘过程中无性别歧视、民族歧视、宗教歧视。截至 2015 年底，公司员工总数为 5050 人，劳动合同签订为 100%，少数民族员工比率为 3.5%，残疾人员工雇佣率 0.81%。

公司为员工缴纳各项基本社会保险及公积金，社会保险覆盖率 100%；每年都为职工投保《职工住院互助保险》，每两年为女职工投保《女职工特殊疾病保险》。

#### ➤ 薪酬福利

公司重视人才价值，根据自身整体发展战略，建立了以激励性薪资分配制度为核心，兼具内部公平性和市场竞争性的薪资制度，实现员工在薪资分配上“责任与利益一致、能力与价值一致、风险与回报一致、业绩与收益一致”的目标，不断促进公司持续、稳定的发展。

#### ➤ 民主管理

公司鼓励员工建言献策，出台了《北京三元食品股份有限公司职工监事制度的实施办法》、《北京三元食品股份有限公司企业民主管理规定》和《北京三元食品股份有限公司厂务公开

管理制度》等民主管理制度办法。

公司为职工搭建了多样化的沟通渠道，员工可通过内网 sametime、OA 邮箱、《三元食品报》、即时通讯软件钉钉等方式与管理层沟通。

#### 案例：广开言路乐沟通

2015 年 11 月，三元食品总经理陈历俊通过《三元食品报》发表“开门纳谏征建议，集思广益促发展”的文章，向三元食品全体同仁发出号召，全体员工积极响应、广泛参与，提交了等数十条有益于公司发展的好建议。

#### ➤ 职业健康管理

公司十分重视对员工职业健康的保护，每年定期对员工进行职业健康检查，并建立职业健康档案，体检及健康档案覆盖率 100%。针对特殊岗位员工，如涉及液氨的制冷员工，公司统一组织进行定期的健康检查，并严格按照相关法律法规规定为其提供多种劳动防护用品，确保员工在工作中得到应有的保护。

此外，公司还逐一对每个岗位进行危险源辨识，在有危险品的岗位现场张贴《安全告知卡》，明确各岗位的危险源与安全防护措施。对主要安全防护部位安装安全监控，确保员工安全保障到位。

员工权益绩效（2013-2015 年）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
劳动合同签订率 (%)	100	100	100
社会保险覆盖率 (%)	100	100	100
女性管理者比例 (%)	46.7	47.8	50.4
少数民族或其他种族员工比例 (%)	3.6	3.4	3.5
残疾人雇佣率 (%)	0.93	0.89	0.81
员工流失率 (%)	10.8	10.8	11.1
人均带薪休假天数 (天/年)	8	8	8
报告期内吸纳就业人数 (人)	610	588	606
体检及健康档案覆盖率 (%)	100	100	100

## 2. 助力员工发展

### ➤ 员工培训

2015 年公司完善和建立了《培训管理办法》及《内部培训师管理办法》，进一步强化了针对管理人员、技术人员等不同层次的培训体系。2015 年，全年共组织培训 1500 余期，培训投入 125 万元，培训项目实现全员覆盖。

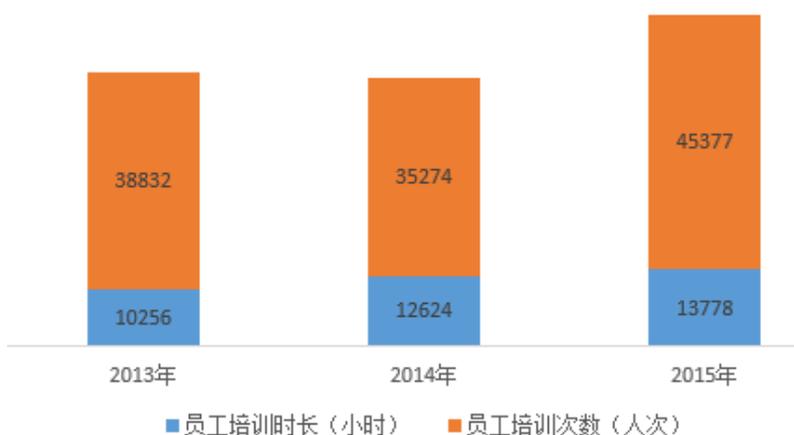
此外，在加强员工培训的同时，公司还特别重视对培训效果的评估，建立和实施了《培训全面评估办法》，并开展“柯式”四级评估，更加注重培训质量的提高。

柯氏（Kirkpatrick）培训四级评估模型

评估级别	主要内容
一级评估：反应层评估	观察学员的反应
二级评估：学习层评估	检查学员的学习成果
三级评估：行为层评估	衡量培训前后的工作表现
四级评估：结果层评估	衡量公司经营业绩的变化

员工培训绩效（2013 年-2015 年）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
员工培训投入（万元）	127.69	105.85	125.68



### 员工培训绩效

#### 案例：大学生通用知识培训

2015 年 11 月 10 日至 12 日，三元举办了 2015 年应届毕业大学生通用知识培训，本次培训为期三天，课程安排丰富多样。公司为学员详细讲解了企业文化、乳品奶源知识及

工艺流程，并对初入职场的学员带来了生动且实用的《职业素养与沟通技巧》课程，课程结束后，公司带领员工实地参观，授课与参观相结合的方式取得了良好的效果。

### 案例：“精英计划”第一期培训圆满落幕

2015年12月8日~9日，三元举办了“精英计划”后备人才第一期培训。公司总部各部室领导，各事业部经理，后备人才干部约80余人参加了会议。培训以分组讨论形式为主，学习分享了《压力与情绪管理》和《高效能人士的七个习惯》等精彩内容，此次培训极大激发了大家的兴趣，学习效果明显。



### ➤ 职业发展通道

公司鼓励员工专精所长，为不同类型人员提供平等晋升机会，给予员工充分的发展空间。根据公司各岗位工作性质的不同，设立了管理职系、技术职系、销售营销职系、行政事务职系和生产职系等5个职系。每一职系对应一种员工职业发展通道，随着员工技能与绩效的提升，员工可以在各自的通道内有平等的晋升机会。同时，充分考虑公司需要、员工个人实际情况及职业兴趣等，员工在不同通道之间仍有转换机会。

### 3. 确保安全生产

三元一直坚持“以人为本、构建和谐企业”的安全发展理念，完善安全生产管理体系，持续开展安全生产标准化建设，将安全生产管理渗透到生产中各个环节；建立健全安全生产责任制，层层签订安全工作责任书，将目标任务落实到每个班组和岗位，形成了“一级抓一级、各层抓落实”的局面，逐步使相关安全标准落实到岗位，达到规范化管理的目的。

公司安全生产绩效（2013 年-2015 年）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
安全生产投入（万元）	526.7	385.3	423.3
安全生产事故数（次）	0	0	0

#### ➤ 安全生产应急体系

三元建立健全安全生产应急管理制度，加强和规范突发事件应急工作的管理，通过应急演练全面提高公司员工应急处置突发事件的能力，最大限度地预防和减少突发事件及其造成的损害。



消防安全演习

#### ➤ 安全生产隐患排查

公司逐步建立安全生产隐患排查治理和预防控制体系，通过深入开展安全隐患大排查大整治专项行动，全面、系统、彻底排查隐患和薄弱环节，落实整改责任和措施，及时排除各类安全隐患，切实保障生命和财产安全。

公司始终坚持重点时段由主要领导亲自带队进行安全生产大检查的制度。采取日常例查、联合检查、重点抽查及安全月专项检查等多种监管方式。此外，针对季节特点，公司还组织了夏季、冬季安全专项检查，通过检查监管及时消除隐患，确保了生产安全的平稳态势。

### ➤ 安全生产教育培训

公司定期组织领导干部及安全管理人员参加安全生产教育培训,不断加强对特种作业人员 and 重点岗位人员的培训,保证特业工作人员全部持证上岗。

公司举办丰富多彩的安全生产教育培训活动,并通过悬挂横幅、张贴标语和制作展板等形式使安全生产理念深入人心,切实将全员凝聚到安全发展战略的主线上。2015年,共16044人次的员工参加安全生产培训。



管理干部安全生产培训

## 4. 提升员工关爱

### ➤ 确保工作生活平衡

为丰富员工精神生活,公司通过职工之家建设,积极组织员工业余活动。工会坚持每年举办大型体育活动及文艺演出,包括“五月鲜花”等系列活动,搭建了形式多样、全员参与的平台。

#### 案例： 公司举办单身青年踏青联谊活动

2015年4月,三元公司携手北京城建亚泰建设集团有限公司在北京首农香山会议中心成功举办“先锋青年手牵手、极致爱情到永久”主题单身青年踏青联谊活动,共计120余名单身男女相聚风景秀丽的香山脚下,交流互动、展示风采。



### ➤ 困难员工帮扶

公司积极开展困难职工帮扶活动，建立了困难职工档案，对困难职工进行动态管理，并形成了一套规范化的运行机制，做到“春送文化、夏送清凉、金秋助学、冬送温暖”。此外，公司组织广大职工积极参与集团帮扶基金的募捐活动，每年为患重病的职工申请集团的关爱基金。

#### ● 特殊员工关爱

为保障职工的合法权益，公司员工通过工会与企业签订《集体合同》、《女职工特殊权益保障协议》以及《工资集体协商协议》；加强女职工保护，每年坚持对女职工劳动保护情况进行检查，对不适合女职工岗位进行调整。

## （三）为伙伴谋求共赢

### 1. 战略合作

2015 年，三元与多方签订战略合作协议。积极推动与政府的合作，采取多种途径加大对地方政府的投资，推进产业落地，带动地方就业；与优秀企业携手，在多领域实现优势互补、深化合作和共同发展；与研究机构和高校合作，为企业科技创新提供智力支持。

主要战略合作伙伴:



### 案例：三元食品牵手金丰餐饮战略签约

7月9日，北京三元食品股份有限公司与北京金丰餐饮有限公司举行了战略合作协议签约仪式，此举表明双方在渠道整合营销方面迈出可喜一步。

金丰集团作为团餐服务的专业集团公司，多年来在餐饮领域深耕细作，已成为中国团膳的标杆企业。三元食品与金丰餐饮的战略合作涉及三元旗下的多个产品品类，包括酸奶系列、极致纯牛奶系列以及奶粉系列产品，未来将向多元化的产品纵深发展。

此次双方携手合作，对于两家企业的未来发展、实现互惠共赢都具有非常深远的意义。



#### “元”声：

“金丰与三元的合作是双方战略发展的必然结果，金丰对供应商的筛选十分严格，三元产品品质好，广受消费者欢迎，达成战略合作是为双方锦上添花，金丰希望成为三元的大使，通过团餐渠道让更多的客户喝上安全、放心、高品质的三元产品，希望双方能长久合作。”

——金丰餐饮总经理宋子刚

### 案例：三元食品携手爱奇艺倡导“极致新生活”

北京三元食品股份有限公司携手爱奇艺共同打造的最火爆的爱奇艺自制栏目“三元

极致——新生活 highlife 影像展”于 2015 年 4 月正式启动。



这是三元食品首次与国内一线大型视频网站展开全方位的传播，预示着三元食品根植全国，向互联网线上领域拓展的信心。《新生活影像展》自启动以来，得到了业界的广泛关注，新生活影像展历时 8 个月，6 大征集版块共征集参展项目 355 个，包含影片 3610 个，最终入围项目 19 个。

在双方此次的品牌战略合作中，三元食品成为爱奇艺自制综艺《三元极致新生活 highlife 影像展》的独家冠名方，全程参与并积极倡导极致精神，实现艺术与商业的双赢。

## 2. 供应商管理

三元强化源头供应商管理，以预防为前提，将供应商质量管理关口前移。建立供应商质量评价专家库，通过专家团队的形式开展供应商质量评价工作，并将社会责任纳入供应商考核范围内，以提升供应商社会责任意识，全面保证产品质量。

### 案例：第二届创新包装与新产品论坛

2015 年 10 月 27-28 日，“第二届创新包装与新产品论坛”顺利召开。本次论坛近 60 人次参会，三元公司高层领导、全国各地的优秀供应商均参加了此次会议。

利乐中国、吴江古乐包装等供应商分别从食品饮料市场现状、包装发展、消费者需求等角度进行分享，并针对三元现状，为三元提供了新包装及新方向；供应商与参会人员通过分享、访谈等沟通形式，相互交流，把论坛推向了高潮。



### ➤ 打造责任供应链

我们致力于打造负责任的食物价值链，严格筛选供应商，积极推动供应商履行社会责任。在原料采购方面，坚持责任采购方针；在包装材料方面，我们与纷美包装长期合作，纷美坚持绿色环保包材的生产，可持续森林认证的纸板原料使用率高于 70%，为业界最高值，并率先在工厂建设期间引入碳足迹审核。

#### 纷美的社会责任承诺：

我们致力于减低对环境的影响，在任何情况下我们的经营活动必须符合甚至超越所在地公众对企业在法律、道德、与商业运营方面的期望水平。



#### 案例：坚持绿色采购

三元公司将履行社会责任的理念和要求全面融入企业的采购过程中，并在全公司范围内全面推行绿色采购方针。

山东三元乳业有限公司秉持集团绿色采购理念，将环境保护、节能减排、社会利益等因素纳入到采购合同条款中，并加强对利益相关方的监督工作，进一步实现绿色采购的管理体制。

## （四）与环境共生发展

### 1. 绿色管理

#### ➤ 环境管理体系

三元将环保工作作为企业经营建设的重要部分，颁布并实施了《企业环境保护管理办法》、

《危险化学品管理程序》、《能源、资源控制程序》等一系列相关文件，为降低企业运营对环境负荷提供组织和制度保障。

公司在新建项目前期均引入环境保护评价工作，对项目的实施所带来的环境影响进行分析、预测和评估，并取得环保部门的批复许可。

### ➤ 绿色办公

三元倡导绿色办公、低碳生活，制定《公司部室节约能源、资源管理制度》，积极推行电子化办公、视频会议等，鼓励员工节约用水、电、纸及办公用品。

#### 案例：纷美包装低碳办公

纷美包装是三元长期合作的包材供应商，在坚持环保包材生产的同时积极推行绿色办公环境。

- 办公室空调不低于 26 度
- 坚持选择环保办公用品
- 对废纸、纸包装等二次利用

### ➤ 环保培训

三元积极开展各项环保培训活动，提升员工环保知识水平，为进一步开展环保工作奠定意识基础。

#### 案例：节能有道 节俭有德

6 月 15 日，呼伦贝尔市经信委、呼伦贝尔市经济开发区等组织的节能宣传周活动正式开幕，三元食品等十余家节能环保先进企业参加了本次活动。

为增强员工的节能环保意识，呼伦贝尔三元公司将节煤、节水、节电和能源综合利用等工作量化到各部门的经营考核指标中，同时大力推行 7S 管理活动，规范员工行为。呼伦贝尔三元公司先后投入资金 700 多万，建立污水处理站，实现工业废水大表排放，目前节能降耗成效显著。



## 2. 绿色生产

### ➤ 节能减排

三元积极使用环境负荷低的能源资源，提高能源资源管理效率；注重节能减排，加大环保投入，在遵守国家相关环境法律法规，做到污染达标排放等情况下，强化节能生产技术。

**废水处理：**三元各工厂自建污水处理站，采用生化处理工艺，处理所有排放的生产废水和生活污水，并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。北京工业园新建污水在线远程监控系统，该系统监测数据直接上传到市环保局及三元网站，让公众能实时监督三元排污情况。

**废气处理：**三元及各工厂积极对燃煤锅炉进行改造，或采用燃天然气锅炉，降低企业生产过程中废气排放；定期对污水站无组织排放的恶臭气体进行处理，食堂油烟废气经油烟净化器处理后排放，降低大气污染。

**固体废弃物处理：**三元固体废弃物主要为一般生产废弃物、危险废弃物和生活垃圾，其中工业园将诸如废化学试剂及包装物等危险废弃物单独存放，集中收集。三元将这些固体废弃物交由有资质的专业公司进行回收处理，降低危害。

**噪声污染管理：**公司积极采用建筑隔声、距离衰减、工业园锅炉燃烧器安装消声罩等措施，对产生的噪音进行降噪处理，达到噪声减排环保的目的，同时也努力营造了一个安静无噪音的生产环境。

三元节能减排绩效（2013-2015 年）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
环保总投资（万元）	422.5	293.9	538.68
节约能源（吨/标准煤）	907.6	1,367.4	508.35
废气排放量（立方米）	35302.59	36290.70	17112.44
废水排放量（吨）	1033215	1176347	1036598
废弃物排放量（吨）	115	403	368
年度新鲜水用水量（吨）	1382544	1444383	1410458

### ➤ 循环经济

三元注重水资源管理，实施中水回用和冷凝水回收利用管理方案，使生产过程中的废水

经过处理后变成可以循环利用的工业用水或绿化用水，降低废水排放，促进水资源循环利用；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。

➤ 水资源循环利用绩效（2013-2015 年）

指标	2013 年	2014 年	2015 年
污水回收再利用率（%）	16.6	20.3	30.2

## 责任绩效

### 关键绩效表

关键指标	2013 年	2014 年	2015 年
总资产 (亿元)	35.87	42.56	75.86
营业收入 (亿元)	37.98	45.34	45.50
利润总额 (亿元)	-2.78	0.25	0.87
净利润增长率 (%)	-777.73	124.25	43.68
净资产收益率 (%)	-13.15	3.47	1.60
每股收益 (元)	-0.2553	0.0619	0.0564
纳税总额 (万元)	13034.99	16809.65	23334.67
安全培训人数 (人)	6306	7341	16044
安全生产投入 (万元)	526.7	385.3	423.3
安全生产事故数 (次)	0	0	0
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)	1	0	0
困难员工帮扶投入 (万元)	73.5	87	111.6
科技研发投入 (万元)	1136.63	1132.86	1408.35
科技工作人员数量 (人)	42	45	45
新增授权发明专利 (个)	13	3	2
员工培训时长 (小时)	10256	12624	13778
员工培训人次 (人次)	38832	35274	45377
员工培训投入 (万元)	127.69	105.85	125.68
员工总数 (人)	5244	4825	5050
内部工作环境员工满意度 (%)	75.8	90	90
员工流失率 (%)	10.80	10.80	11.10
报告期内吸纳的就业人数 (人)	610	588	606
女性管理者比例 (%)	46.70	47.80	50.40
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	8
少数民族或其他种族员工比例 (%)	3.60	3.40	3.50
体检及健康档案覆盖率 (%)	100	100	100
残疾人雇佣率 (%)	0.93	0.89	0.81
产品合格率 (%)	100	100	100
产品质量通过的国际、国内的认证数量(个)	5	5	5

## 荣誉 2015

- 5月21日，北京市政府召开质量大会，首届“北京市人民政府质量管理奖”评选结果揭晓，北京三元食品股份有限公司是唯一获殊荣的食品企业。



- 8月10日至12日，中国乳制品工业协会第二十一次年会暨第十五次乳品技术精品展示会在北京国家会议中心举行。三元食品凭借着60年来对“科技保障产品品质，创新推动企业发展”理念的坚持获得优秀企业奖、技术进步奖两项大奖。
- 11月，北京三元食品股份有限公司由于“乳品产业卓越管理体系的建立与实践”荣获第十三届北京市企业管理现代化创新成果一等奖。
- 11月1日，由国务院国资委新闻中心、中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心共同主办的“首届中国企业社会责任前沿论坛”在中国社科院举行。三元食品荣获“中国十大责任国企”奖项。
- 11月，中国食品安全年会组委会为三元食品颁发2015年度中国食品安全年会“十强企业”和“杰出企业社会责任奖”。



- 11月7日，以“新法护航食安梦，社会共治保民生”为主题的第十三届中国食品安全年会在京开幕。三元食品以全产业链的安全管理模式以及60年的品质口碑，荣获“管理创新十佳案例”大奖。
- 11月12日，由中国食品工业协会主办“2015中国食品产业发展和品牌创新”论坛

在上海国家会计学院国际会议中心举行。三元荣获“2015 消费者最喜爱的食品品牌”大奖。



● 12月22日，由北京电视台等首都12家主流媒体共同发起主办的第七届“北京影响力”颁奖仪式在北京电视台大剧院隆重举行，三元奶粉荣获最具影响力的十大品牌。

## 附录

### 未来展望

2016 年，是“十三五”开局之年，秉承“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，“十三五”规划将带领中国奔向全面小康社会，奔向共和国“第一个百年目标”。面临着重大的挑战和发展机遇，未来，三元食品将积极响应中央号召，紧紧围绕五大理念发展和布局，加强“创新三元、协调三元、绿色三元、开放三元、共享三元”五大建设。

**创新三元建设。**三元食品将继续秉承产品质量为“立企之本 生存之道”的发展理念，持续推动食品产业链的完善，加大创新研发投入，加强风险评估与预防，为消费者提供更安全、更健康的产品。

**协调三元建设。**三元食品将继续配合北京城市功能疏解，将着力推进京津冀三地扩大区域协作，实施“走出去”战略，做京津冀一体化产业的先行者和主力军。

**绿色三元建设。**三元食品将继续践行绿色发展战略，进一步完善环境管理体系，致力绿色牧场建设，大力推行节能减排和循环经济，让环保理念深入到每个员工的日常工作，让绿色成为三元食品新的名片。

**开放三元建设。**三元食品将继续完善社会责任管理体系，加强与利益相关方沟通和交流；不断改善公司的管理和经营水平，为投资者带来投资回报；进一步保障员工基本权益，关注员工的职业发展和身心健康，打造幸福企业；进一步拓宽与伙伴的合作渠道，与上下游企业实现共赢发展。

**共享三元建设。**三元食品始终承担作为老字号乳品企业的责任使命，为构建社区和谐贡献力量，将进一步优化公益管理，与社区更深层次活动，加大公益投入，竭诚回报社会。

负责任运营是三元食品企业发展的根基，60 年来，三元食品始终不忘初心，持续了解相关方需求。未来，三元食品也将继续在保障食品安全与营养、创造共享价值、提升员工关爱方面、倡导绿色发展等领域积极履责，用品质坚守诠释国粉品牌的良心、爱心、责任心。

## 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二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：

.....

工作单位：

.....

职务：

.....

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、您希望进一步了解那些信息？

7、您对我们今后发布报告还有哪些建议？