

# 安琪酵母股份有限公司 2020年度社会责任报告

---

2021年3月26日

- 关于本报告

- 时间范围：2020年1月1日至2020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”）2020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2020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。安琪以“做国际化、专业化生物技术大公司”为战略目标，在湖北宜昌、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11处酵母生产基地，发酵产能超过27万吨，实现了国内“东西南北中”生产布局和“制造国际化”的追求，发展成为亚洲第一、全球第三大酵母公司、全球最大的酵母抽提物供应商。
- 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，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，在为全球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“发展生物科技，创新健康生活”的企业使命，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。
- 安琪坚持“追求卓越，勇于创新，永不满足”的企业精神，围绕酵母产业链打造了13个业务单元，为全球155个国家地区的消费者提供高品质的酵母、酵母抽提物、酵母源生物饲料、营养保健品、食品原料及各类衍生品。
- 现已成为全球最大的干酵母和酵母抽提物供应商，全球酵母市占率达到15%。
- 2020年，“安琪”品牌价值115.59亿元，位居食品加工类第四位。

## • 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。

- 安琪拥有19家子公司，其中全资及控股子公司18家，参股公司1家。控股子公司宏裕包材在新三板挂牌。
- 安琪拥有11处酵母生产基地，其中海外工厂2处。酵母发酵产能超过27万吨。
- 2020年，安琪制造系统满产运行。全年发酵总产量达到28.6万吨，同比增长10.8%；主要产品一次合格率达到4西格玛水平。
- 2020年，安琪海外市场销售收入同比增长14.74%，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，全球各区域市场持续开展市场会战与行业活动，海外市场影响力进一步增强。

## • 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”。
- 安琪在北京、上海、广州、成都、武汉、沈阳、开罗、利佩茨克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。

- 疫情期间，安琪酵母家用小包装产品因为疫情成为“网红”，局部地区出现一袋难求的状况。
- 根据美团发布的《2020春节宅经济大数据》，美团外卖上烘焙类商品的搜索量增长了100倍，并带动酵母/酒曲商品销量增长近40倍。



- 针对宅经济导致小包装酵母、食品原料、营养健康食品等需求激增的情况，安琪调动国内几千家经销商加强补货，线下突破阻隔发货，线上充分发挥电商优势，从制造、物流、渠道等方面多举措保供民生产品；同时，在海外疫情蔓延之时，公司总部指导两家海外公司及时研究制定国际市场应对策略，确保了海外市场的稳定。
- 疫情期间，安琪品牌美誉度大幅度提升。



## • 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。

- 安琪两次走进央视新闻
- 2020年4月28日，央视《新闻直播间》和《朝闻天下》两大名牌栏目报道了安琪抗击疫情、保证产品市场供应的举措。
- 该报道主要聚焦自贸区企业复工复产情况，据安琪宜昌工厂生产四部副部长秦福银介绍：“疫情期间，通过公司科学的调度，动用储备物资和力量，保证了市场供应，公司产品不仅没有停产，还保持满负荷生产，并持续出口海外多个国家和地区。”
- 安琪是报道中唯一一家宜昌企业。



## • 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。

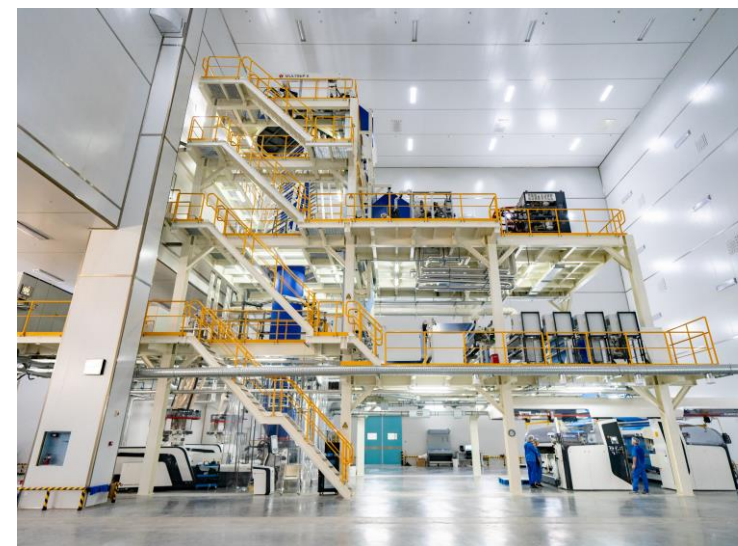
- 2020年2月，为应对疫情导致的家用酵母需求激增，公司克服原料、包材、物流等瓶颈，全力保障国内家用小包装酵母供应，在人员、车辆受限的情况下，烘焙面食事业部组织各地经销商到公司各工厂自提产品解决运输问题，实现小包装酵母的供给畅通。
- 由于消费量急增，小包装酵母的产能供不应求，为填补市场缺口，公司开展了大包装酵母进入各地超市、粮油渠道，保障市场供应，缓解小包装产能压力。
- 2月20日当天，40吨大包装酵母进入成都、沈阳、青岛、大连、洛阳、北京、西安、宁波、武汉、杭州、南昌、上海等各地超市系统，销售火爆。



## • 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。

- 2020年12月，中国包装联合会成立40周年大年会在海南召开，安琪控股子公司宏裕包材囊括“中国包装行业百强企业”、“2019年度包装行业优秀奖”、“中国包装联合会成立40周年杰出贡献奖”、“中国包装联合会2019年包装行业优秀奖（个人）”四项荣誉。
- 宏裕包材获得中国包装联合会的多项奖励，凸显其在全国包装行业的实力和地位不断提升，得到了行业和客户的高度关注与认可，大大提升了宏裕的品牌价值和市場影响力。
- 宏裕包材现正进行分拆上市工作，其将作为安琪下属新型塑料包装业务平台独立上市，深化其在塑料包装业务产业的战略布局，提升产品的核心竞争力和市場地位。

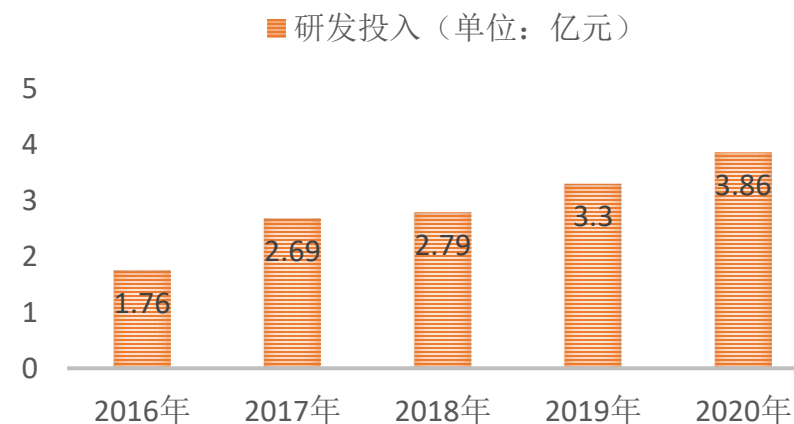


## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 安琪是国家级高新技术企业、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，设有研发中心、环保技术中心、产业创新技术中心、生物营养技术中心和烘焙与发酵面食服务中心。
- 安琪坚持依靠科技进步，整合全球资源，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，八次荣获省部级科技进步一等奖，荣获全国质量标杆奖、第三届中国质量奖提名奖、湖北省第三届长江质量奖。

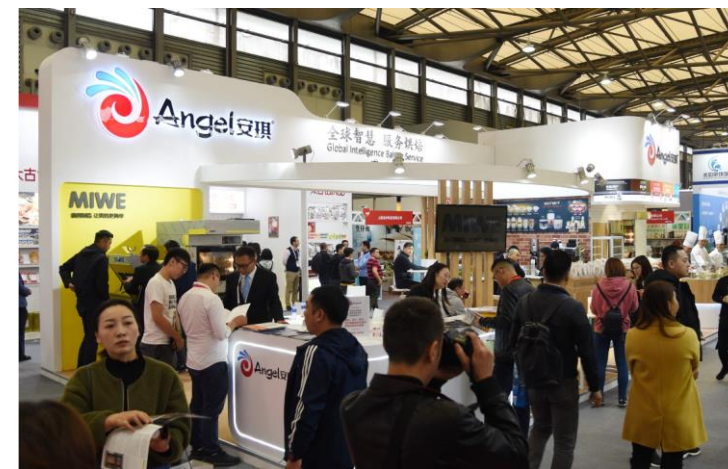
- 2020年，安琪实施研发项目246项，其中公司层面重大研发项目18项；新产品开发39项，对外研发合作项目43项。
- 2020年，安琪研发总投入达3.86亿元，同比增加15.81%。



## • 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。

- 安琪参与面包界“奥林匹克”中国选拔赛
- 2020年6月，受疫情影响，延迟了3个月的第八届世界面包大赛中国选拔赛迎来了第一场贵州预选赛。作为中国酵母行业领军品牌，安琪酵母为中国选拔赛酵母类唯一指定产品。
- 世界面包大赛始于2007年，由世界面包大使团在法国创建，每两年举办一次。目前有60多个国家和地区参加，代表了各个国家及地区最高的面包烘焙水平，被称为面包界的“奥林匹克”。
- 预选赛期间，选手们针对日常面包（法棍面团）、国家特色面包（家乡特色）、三明治、维也纳起酥面包4个项目开展竞技比赛。
- 安琪酵母全面参与和支持赛事的执裁及相关工作。公司全国技术能手、第三届世界面包技能大赛中国区冠军廖进忠代表公司参与赛事评审工作，为中国面包职业人走上世界赛事舞台助力加油。



## • 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。



- 2020年8月，由中国化工报社《农资导报》主办的土壤精准改良峰会在四川成都举行。峰会围绕“土壤精准改良”进行了多个专题报告，其中在抗逆提质细分领域，安琪植物营养特聘专家朱廷恒教授作《酵母代谢产物的应用及机理》的主题报告，这是在行业内首次发声和定义“酵母代谢产物”。

## • 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“云上”参展广交会
- 2020年6月，第127届中国进出口商品交易会（简称广交会）在“云上”拉开帷幕。此届广交会约有2.5万家中国企业参展，是本年度规模最大的进出口贸易展会，首次在线上举办。安琪作为“老广交”，以全新的形式参展。
- 线上广交会突破了线下摊位的空间限制。烘焙国际联合YE、酿造、微生物营养、营养健康、宏裕等多个国际业务单元共同策划、丰富参展内容，确保主营产品、新品全部上线。通过图片、视频、3D等多种形式展示安琪品牌形象及产品。各国际业务单元开通在线交流平台，确保第一时间响应客户询盘。



## • 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亮相FIC健康展
- 2020年11月，中国国际天然提取物和健康食品配料展览会（FIC健康展）在广州举行，安琪酵母提取物(YE)以“减盐、降糖、更丰富鲜味”为主题亮相。



- 近年来，YE事业部通过研究YE中含有的氨基酸、多肽等一些独特的活性成分，在豆奶去腥，协助天然甜味剂降糖，提升饮料浓郁口感等方面取得了十分显著的效果。展会期间，安琪展位吸引了伊利、王老吉、无限极、东鹏特饮等知名企业代表前来洽谈。
- 在同期举办的技术交流会上，安琪酵母研发中心博士后彭颖分享了最新科研成果——《酵母蛋白酶解物营养与调味作用研究》，受到自益力多、健力宝等参会企业的广泛关注。



## • 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。

- 安琪纽特细胞源营养健康食品数字化工厂近日通过验收，正式投入使用。
- 安琪纽特细胞源（酵母）营养健康食品数字化工厂，是国家工信部智能制造重点项目，总投资超过2.47亿元，全线整合了SAP系统、MES系统、SCADA系统、WMS系统，具有透明化、数字化、自动化、智能化等特点，产品质量全程可追溯和敏捷柔性制造，具备年产1000万罐粉剂、12亿片固体片剂、12亿粒软胶囊和3亿粒硬胶囊的规模，设计年产值可达10亿元。



- 同期建设的安琪纽特酵母营养科技馆，是全球首个以酵母文化和酵母营养为核心内容的营养主题科技馆，采用现代化的呈现，通过展板、立体展示、光影互动等形式，系统地介绍人类开发应用酵母营养的历史。

## • 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。

- 2020年11月，第22届健康天然原料、食品配料中国展（HIC）在上海国家会展中心举行，特种酶、安琪纽特联袂参展。
- 随着国民健康意识增强，功能性食品备受关注，行业新渠道的发展促使产品开发频率加快，客户需求从单一原料转向整体解决方案。特种酶、安琪纽特紧扣客户需求，发力多重解决方案的呈现。



- 特种酶事业部聚焦蛋白加工领域，主推肽制品加工用酶及解决方案，与多家国内肽制品生产企业及贸易商达成合作意向。
- 安琪纽特六大功能性食品创新方案及酵母蛋白新品得到了飞鹤、仙乐、完美等行业头部企业的认可，客户们在品尝和了解添加酵母蛋白的蛋白棒之后，表示酵母蛋白在氨基酸配比与生物利用度方面明显优于传统的植物蛋白与动物蛋白，是后续产品开发重点考虑方向。

## • 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。

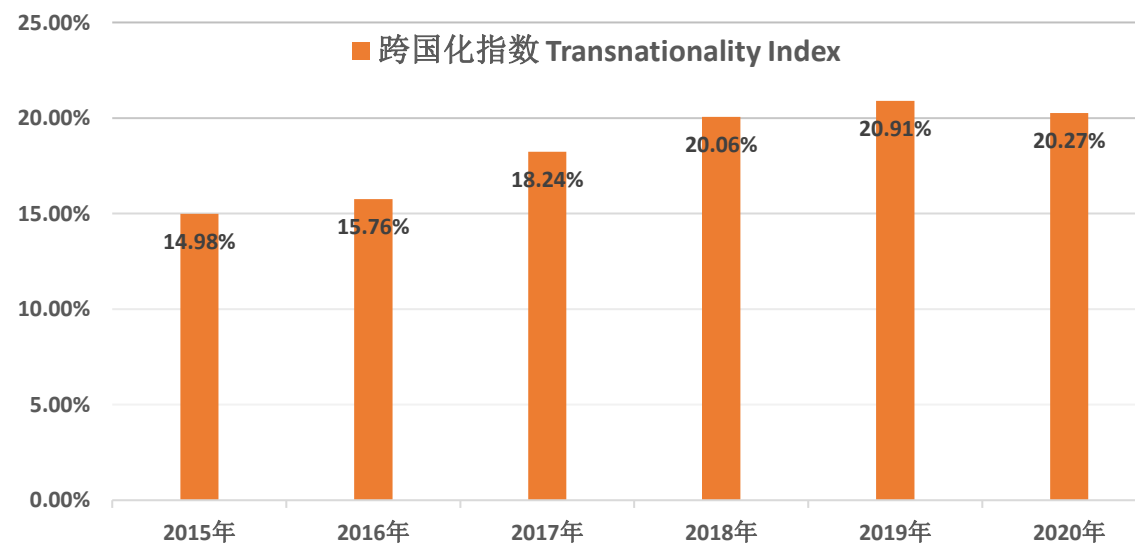
- 2020年11月，安琪纽特2020年度全国婴童经销商年会暨中国孕婴童营养品创新峰会举行。会议由安琪纽特、中童观察联合主办，聚集了来自全国各地近600位婴童渠道头部经销商客户、母婴行业权威专家及媒体。
- 今年，整个母婴零售行业业绩大幅下挫，众多公司信心不足，安琪纽特逆势增长，加大投入，打造数字化工厂和酵母营养科技馆，传递了安琪对保健品行业的坚定信心。
- 安琪酵母总经理肖明华在致辞中提到，安琪将进一步加大在营养健康领域的投入，加快释放新生产线产能；安琪纽特总经理朱银宏做了《安琪纽特孕婴童发展规划及2021年市场策略》的主题演讲；安琪纽特副总经理、技术总监张彦做了《中国孕婴童营养品消费升级及安琪纽特产品规划》主题报告，向与会客户阐明了安琪纽特的战略发展规划、产品规划及市场策略，进一步增强了经销商的合作信心。
- 会议现场，安琪纽特同华中科技大学签订了培训项目合作协议。



## • 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。

- 安琪国际化水平持续提升
  - 安琪已拥有香港、埃及、俄罗斯三个海外营销服务机构，已设立国际业务中心及六个海外事业部
  - 海外经销商数量超过3000家
  - 海外资产超过21亿元
  - 海外员工1401人
- 
- 2020年，海外市场实现销售收入25.19亿元，同比提升14.74%
  - 2020年跨国化指数达20.27%



## • 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
- 2020年2月，第25届迪拜海湾食品展（GULFOOD）在迪拜国际会展中心举行，埃及销售部在烘焙国际事业部的部署安排下携多款产品亮相该展会。
- 该展会是中东地区乃至全球最受欢迎的综合食品行业展会，安琪除了家用烘焙酵母产品之外，重点推广了无铝双效泡打粉系列产品、烘焙原料系列产品。
- 此次展会是疫情发生之后海外销售人员代表事业部独自参加的首个展会，对稳定市场，稳固客户，宣传安琪国际品牌形象起到重要作用。



## • 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。

- “共有的品牌，共同的家”
- 疫情期间，安琪海外经销商们在事业部的安排部署下开展演示会和各类市场活动。
- 往年，斯里兰卡经销商主要依赖安琪的技术人员现场做服务，开展演示会，做品牌宣传。按原定计划，2020年1月底，事业部业务经理和烘焙师将出发前往斯里兰卡准备演示会，然而受疫情影响出行受限。客户得知后并没有取消演示会，反而自行聘用当地烘焙技术人员，由事业部的烘焙师远程提供技术支持指导，达到预期效果。
- 2020年2月，摩洛哥经销商在阿加迪尔市组织开展了系列演示会，主要推广安琪小包装酵母和高端Premium产品，通过当地面包师的现场演示，让用户更直观了解安琪的产品，提升安琪的品牌知名度，每场演示会都座无虚席，用户反响热烈。
- 除了举办大型演示会外，安琪的经销商们还主动“上门”服务。在巴西，为推广安琪产品，经销商逐一拜访当地用户并上门送样，邀请烘焙师到用户处进行测试，针对不同用户需求，提供不同产品服务。连续两个月的酵母巡回推广，让更多的用户了解到安琪酵母的产品。

## • 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。

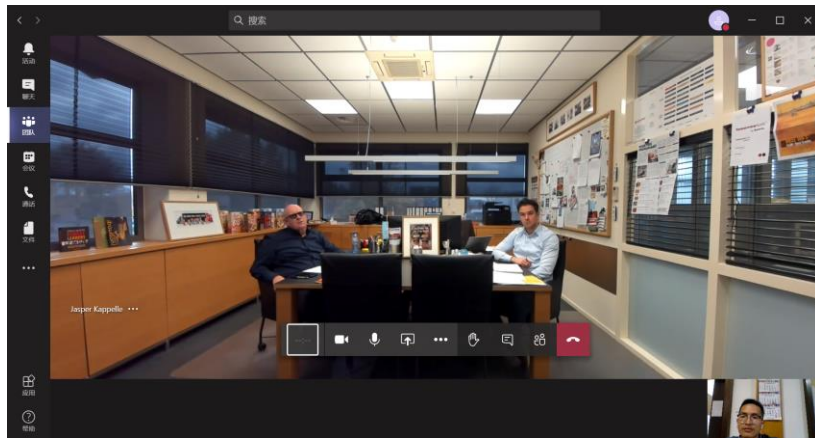
- 新冠肺炎疫情发生以来，烘焙国际事业部人员出行受限，事业部通过网络、电话与客户保持密切联系，快速响应经销商需求，帮助客户解决问题，市场活动稳中有序。
- 同时，事业部密切关注全球局势和竞争对手情况，充分利用海外工厂优势，针对不同国家和客户的订单，积极寻求解决方案，克服物流、快递、海关、第三方检测机构等对国际订单造成的困难，多举措、多策略、上销量。
- 事业部充分发挥海外销售部员工和外聘员工本地化优势，举行各类市场活动，安排部署当地经销商举办产品推广会和演示会，扩大品牌知名度，对抓市场、稳客户起到重要作用。



## • 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。

- 2020年，受疫情影响，全球餐饮行业受到严重打击，安琪部分YE重要客户减产甚至停产，需求出现下滑，客户研发停工或者居家办公，新客户新项目开发工作也变艰难。
- 面对挑战，YE国际业务部迎难而上，组织了近百场电话、视频会议与全球各地经销商和用户保持密切沟通，为其排忧解难，充分发挥了公司生产供应、物流运输等优势，扩大市场份额，积极推动大客户二次开发和中小客户开发，取得很好的成效。



- 同时，围绕国际市场需求，公司对高核苷酸产品、抗吸潮产品的生产工艺、口感特点、应用技术、主要卖点等进行了梳理和优化，经过市场推广与不断技术升级，这些产品目前已经受到欧美客户的广泛关注与认可。



## • 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
- 2020年5月，中国品牌建设促进会联合中国资产评估协会等单位发布2020中国品牌价值评价信息，安琪酵母品牌价值为115.59亿元，位于食品加工类第四位。
- 据主办方介绍，今年在参评条件要求较高的前提下，申报评价的品牌数量达830个，包括大部分行业的龙头企业。本次发布品牌数量共564个，总品牌价值为73563亿元，品牌价值均值比去年增长了5.1%。
- 安琪酵母品牌价值较2019年的87.32亿元上升了32%。



第十组 食品加工制造

企业名称	品牌强度	品牌价值(亿元)
山东鲁花集团有限公司	931	262.50
达利食品集团有限公司	809	232.61
光明乳业股份有限公司	889	167.73
安琪酵母股份有限公司	896	115.59
中国盐业集团有限公司	896	54.18
梅花生物科技集团股份有限公司	892	29.04
山东一品堂实业有限公司	690	22.63
福建圣农食品有限公司	792	20.10
滨州中裕食品有限公司	723	16.18
诸城外贸有限责任公司	798	15.77
富虹集团有限公司	552	12.62
雅客(中国)有限公司	799	11.39
荣成泰祥食品股份有限公司	826	10.94
金冠(中国)食品有限公司	768	10.48
黑龙江香其食品股份有限公司	775	9.75
浙江一鸣食品股份有限公司	700	7.70

## • 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
- 2020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47件，获得专利授权10件。
- 截止2020年末，安琪共申请专利682余件，其中有效国内发明专利189件，国外发明专利67件，实用新型申请26件，外观专利申请54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132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。

- 2020年5月，安琪通过国家两化融合管理体系贯标评定。
- 为形成获取可持续竞争优势所要求的信息化环境下的新型能力，安琪积极响应国家工信部《信息化和工业化融合专项行动计划》，围绕企业战略目标，大力推进两化深度融合。贯标于2018年5月正式启动，在近两年时间里，按现状调研诊断、体系分析策划、体系文件编写发布、宣贯及试运行、贯标评定5个阶段有序推进实施。经过国家工信部公示，公司两化融合管理体系顺利通过评定。
- 两化融合体系建立及贯标实现，展现了公司的综合实力。在全面提升企业管理水平和效益、为企业寻找和定位新的业务及利润增长点、打造提升新型能力助力企业发展战略实现、提升企业品牌和形象等方面有着重要意义。



- 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。

- 2020年5月，安琪牵头完成的“酵母绿色设计平台建设项目”通过验收。
- 酵母绿色设计平台建设项目是2017年工信部绿色制造系统集成项目。经过近三年的实施，建成和完善了酵母行业LCA数据库和评价工具，完成了酵母高密度发酵智能调控、酵母洗涤分离过程调控、定向循径沸腾干燥、酵母发酵废弃物资源化利用及酵母绿色包装等关键技术的突破，实现了高效氟机、高效节能水泵、变频空压机、恒压供水和风机自动控制、蒸发式冷凝器等装备的集成应用。
- 该项目成果成功应用于示范生产线建设，并通过了国家绿色工厂评定。
- 该项目完成国家标准1项、团体标准4项。



## • 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。

- 安琪埃及公司酵母抽提物生产线通过BRC认证
- 2020年6月，经过SGS审核组三天的审核，埃及公司酵母抽提物生产线通过BRC审核。
- SGS审核组按照第八版BRC标准对公司食品安全管理体系、产品的可追溯性、生产过程质量控制、供应商管理等方面进行了严格的审核，根据BRCGS最新发布的新冠疫情期间食品安全管理指南对埃及公司整体疫情防控措施进行审核。
- 审核人员认为，埃及公司酵母抽提物生产线食品安全管理体系各方都运行良好，埃及公司的疫情防控措施符合BRC防控指南要求。
- BRC全球食品安全标准是国际公认的食品规范。埃及公司酵母抽提物生产线再次获得最高评级，不仅能证明该生产线管理体系运行良好、疫情防控得当，也能增加欧洲大客户对埃及安琪的信心。



## • 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。

- 2020年7月，安琪酵母（俄罗斯）公司获得丹科夫区本年度“地区发展突出贡献和良好社会效益奖”。
- “地区发展突出贡献和良好社会效益奖”是综合了各项指标，对当地经济增长、城市建设、环境保护、提高社会效益等做出突出贡献的企业进行表彰。
- 俄罗斯公司自成立以来，给利佩茨克州提供了500多个就业岗位，并重视海外本土员工的培养，为本地招聘的员工提供多项培训机会，还积极参与州、区级节日活动，支持当地城市建设、美化生活环境，积极融入社区。公司延长了当地制糖业产业链，并带动相关产业的发展，同时每年按时诚信纳税、支付社保，被当地税务机关称为诚信纳税标杆企业。
- 年初疫情爆发，俄罗斯公司与总部同步抗击疫情，始终将员工的健康和安全放在第一位，第一时间成立海外疫情防控领导小组，指导海外公司疫情防控工作。公司积极与当地政府和社区合作，第一时间发布中俄双语新冠病毒知识手册与防疫指南，张贴防疫知识宣传画，同时讲解传播防控知识。
- 随着疫情的蔓延，俄罗斯公司立刻加大防控力度，定时向员工发放口罩、消毒液等防疫物资，成立防疫专项小组，制定防疫行动计划，提供应急集中住宿点，并出台了一系列配套制度，严格按照中国国内防控经验开展防控工作。

## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 培育了高契合度的顾客群
- 安琪2020年顾客契合度报告显示，公司顾客契合度保持平稳，得分达到89.98分，属于较高契合度水平。

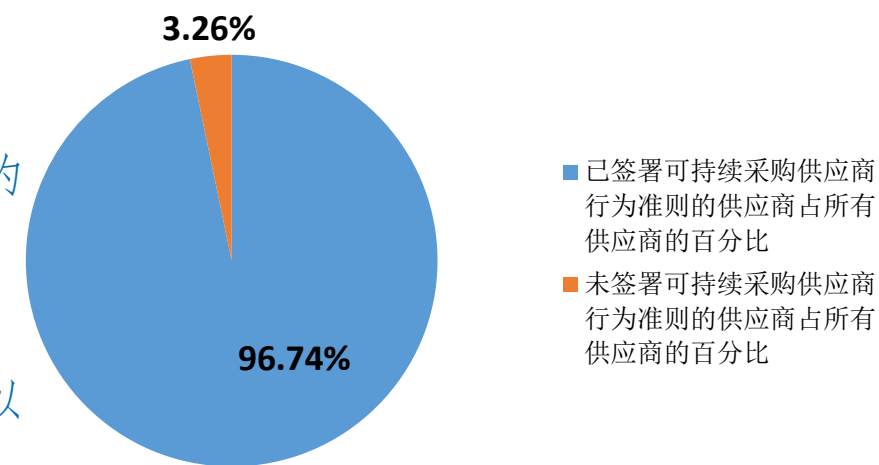
年度	顾客契合度 (100分)
2020年	89.98
2018年	90.92
2016年	89.44

- 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院、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。

## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 重点关注对环境和社会带来较大影响的供应商，未来逐步扩大本政策的范围至整个供应商范围。
- 本企业的采购原则：
  - 我们采购和使用不触碰可持续发展底线和更多支持可持续发展的服务；
  - 我们尽量致力于通过现场评审提升供货商的可持续发展意向；
  - 在与供货商合作的过程中，我们坚持负责任的行为准则，寻求以信任与支持致力于长期发展关系；
  - 我们为参与采购的员工提供培训和指引，以便更好地执行本政策。





## • 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。
- 随着新型冠状病毒在全球范围内的持续蔓延，国内外各企业对疫情防控进行常态化部署，制约了传统的现场质量审核方式，经过与供应商多次沟通调研，在充分总结前期外部非现场审核经验的基础上，2020年5月，质量部对新增的武汉和青海2家供应商利用微信视频连线的方式审核，考察供应商生产现场状况，重点审核关键生产控制点。



- 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
- 2020年4月，安琪召开2020年廉洁经营工作会议。
- 本次会议的主题是强基础、转作风、重担当、保发展。主要任务是总结2019年廉洁经营工作成绩和不足，安排部署2020年廉洁经营工作。



- 熊董事长在讲话中充分肯定了公司2019年廉洁经营工作，分析了当前公司廉洁经营面临的压力和挑战，围绕加强党建、强化监督、突出作风建设、进一步营造风清气正、激励干事创业的文化氛围等方面对做好2020年廉洁经营工作提出三点要求。一是要发扬优良传统，进一步打牢思想认识；二是新征程上要有新作为，廉洁经营要有新要求；三是各级干部要严格自律，领导要做到带头、干部要牢记责任、员工要爱岗敬业。

## • 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。



- 第二章 主体责任

#### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 致力营造机会均等的招标环境

- 安琪遵循上市公司内控指引要求，结合多年来的实践经验及所处行业特点，建立了适应公司发展的采购模式。
- 安琪按原材料、工程、生产装备、物流等采购业务类型建立专业采购职能部门，实行集团化采购管控，核心及大宗采购产品由对应集团化采购部门统一采购，各子公司执行。
- 安琪建立了严格的采购内部审计体系，所有采购部门定期进行内部审计；建立了公开的供应商门户，实施阳光化采购，有效的增加了采购过程的透明度及竞争性。
- 2020年，安琪原材料采购采用战略合作、招标、询比价等定价方式进行，其中竞争性定价方式1400项，占有所有采购项目比例为43%，完成采购金额8.85亿元，占有所有采购金额比例为59%。
- 2020年，安琪工程装备采用招标、询比价、竞争性谈判等竞争性采购定价方式共9000项，竞争性采购定价方式占有所有采购项目比例83%，完成采购金额8.1亿元，占有所有采购金额比例为92%。

## • 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。

- 以制度体系为基础，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；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；参与制定了《酵母工业水污染物排放标准》，起草并制定了《发酵行业（酵母）清洁生产评价指标体系》。2020年公司被列入“宜昌市生态环境监督执法正面清单”。
- 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，提出“国家标准、社区满意”的双达标新目标，这一目标将安琪的环境保护工作推向了一个新的高度，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。
- 公司环保治理以预防为主，建立了《环保隐忧管理制度》，所有生产线必须每季度向总部收集汇报存在的环保隐忧，总部及时进行研究并提供解决方案，确保所有环保隐忧能及时解决，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。

- 以合法合规为红线，提高运行管理能力。
- 2020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。
- 2020年全公司环保运行费用达到4.62亿，与上年度持平。
- 2020年，公司大力进行废气治理技术研究和引进，在滨州工厂、崇左工厂试验了并调试运行了废气治理新技术，睢县工厂实施了生物质锅炉更换提标。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，疫情期间埃及、德宏工厂开展社区交流活动，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，启动了獭亭工业园建设安琪生物科技产业园、伍家岗工业园拓展园区建设健康食品原料智能化工厂、德宏和滨州扩建项目环评手续。所有投资项目环保按照要求符合国家相关制度和标准要求，项目可行性研究充分考虑环保问题，项目实施符合相关制度和标准。



## • 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。

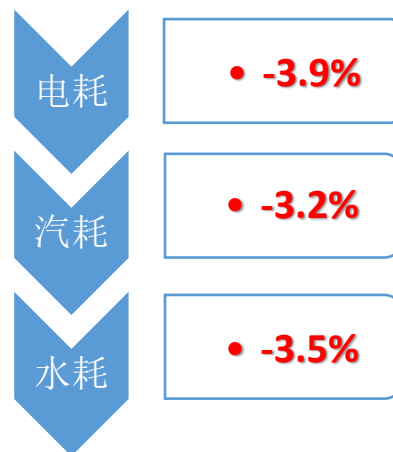
• 以节能减排为目的，提升清洁生产水平。

• 公司持续依靠生产工艺技术进步，降低污染物排放指标，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开展审核，主要清洁生产指标在行业内处于绝对领先水平。

• 2020年公司持续推进清洁生产工作，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3.9%，汽耗下降3.2%，水耗下降3.5%，生产主要污染物产生指标均持续下降。



• 近七年来，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723万吨，减少电力消耗9341万度，减少蒸汽消耗14.14万吨。

• 主要限制性排放污染物COD下降64.6%、氨氮下降58.6%、SO<sub>2</sub>下降92.8%、NO<sub>x</sub>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。

- 以技术进步为核心，升级环保治理设施。

- 公司高度重视异味治理，实施了宜昌工厂和伊犁工厂异地搬迁项目，环保技术中心在滨州、崇左公司实施了异味治理新技术工程，加强了埃及工厂异味管控。

- 废水治理方面，德宏工厂实施了废水Fenton脱色项目，使排放指标远低于当地环保排放标准。

- 固废治理方面，睢县工厂完善了固废处置管理，赤峰工厂加快了固废项目实施。



- 综合利用方面，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。

- 近六年来，“福邦”系列肥料已累计投放高品质有机肥料约140万吨，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17亿元。

发展生物科技 创新健康生活



## • 第二章 主体责任

### 六、持续改进危险源辨识和隐患排查工作，强化安全培训和风险管控措施，增强安全主体责任意识。

- 强化合规性运行，加强法律法规识别和应用，定期召开安委会会议，落实党委议安要求，把重要问题纳入安全隐忧严格管控。
- 安全培训常态化开展，在常规培训之外，在重要业务会议之前增加会前15分钟的安全主题教育。建立安全周会和日训制度，各公司每周召开安全专题会议，研判安全生产形势，跟踪解决重要问题；各岗位每周确认一个安全主题，每次班前会重复学习、培训，提高安全意识。



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

发展生物科技 创新健康生活

## • 第二章 主体责任

### 六、持续改进危险源辨识和隐患排查工作，强化安全培训和风险管控措施，增强主体责任意识。

- 进一步完善安全管理机构和人员管理，新公司能够第一时间配备安全管理人员，严格履行服务和监管两项工作职能，确保安全管理实现全过程、全覆盖，不缺位漏项。
- 公司结合安全生产专项整治三年行动和隐患排查双重预防体系要求，持续改进危险源辨识和隐患排查工作，推行安全网格化管理工作，强化风险分级管控。



- 公司制定了生产安全事故应急救援预案及各种专项预案，配备了小型消防车，定期开展演练。通过演练反映出来的问题持续更新改进。

## 第二章 主体责任

### 六、持续改进危险源辨识和隐患排查工作，强化安全培训和风险管控措施，增强主体责任意识。

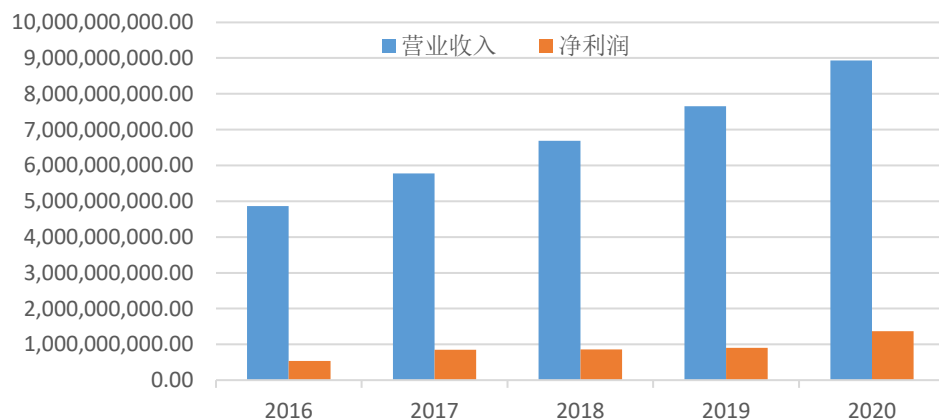
- 加强隐患排查和流程、装备改造工作，着力提升本质安全，严格开展危险作业审批和“四新”评审工作，防范生产过程中的安全风险。
- 运用各种激励机制，以网格管理和重奖重罚的激励政策，鼓励员工积极参与隐患排查、拒绝三违，增强主体责任意识，践行安全文化。



## • 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的权利和机会，没有发生信息披露违规的情形。



- 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27万吨，YE从无到有，现已成为全球主要的酵母抽提物生产商。
- 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。
- 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

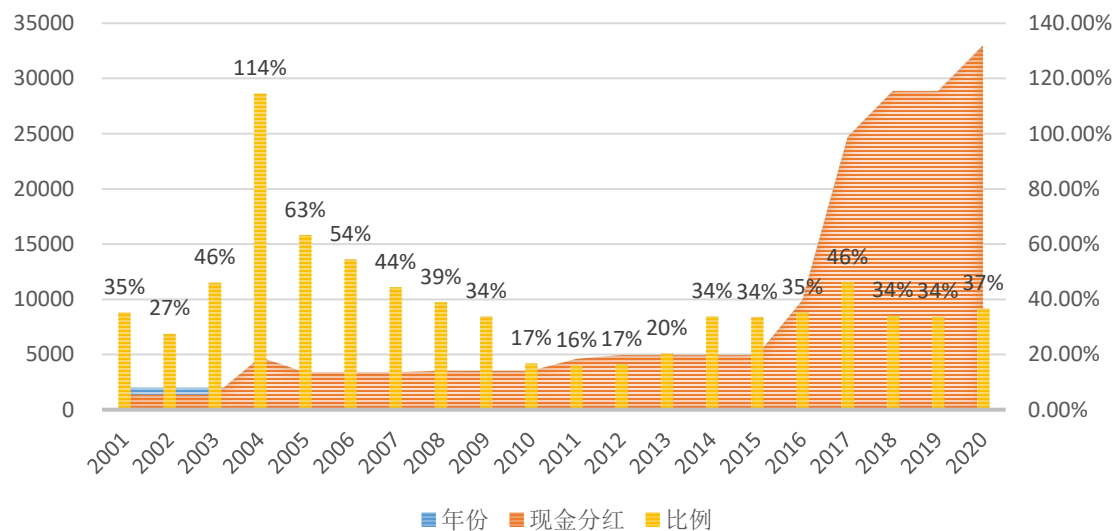
### 七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 获得证券监管部门和投资者给予的肯定性评价
- 2020年，安琪在上海证券交易所对上市公司2019年度信息披露工作考核中获得“A类”评价，这是安琪连续第5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。
- 报告期内，公司保持与上海证券交易所、湖北证监局等监管机构的良好沟通，依法履行信息披露义务，对于公司战略方向、主营业务、竞争格局、核心竞争力等重大事项，及时沟通并征求监管部门意见；公司及时回复投资者提问，接待投资者实地调研，举办多场国内外机构投资者交流会，在与投资者顺畅交流的同时，充分、直观地展现了公司良好的经营情况，树立了健康优秀的上市公司形象。
- 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。

## • 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。
- 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39.04%。
- 累计现金分红17.92亿元，超过安琪在资本市场融资额。
- 近年来，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

• 2020年，安琪全方位、持续不间断地与投资者进行沟通和交流。

• 董事会积极开展与投资者的良性互动，保持与全球投资者的顺畅沟通，每月定期召开与海外投资者的电话会议，进行了多次反路演活动，参加了多个投资者见面会和年/季度策略会，帮助投资者了解公司现状，引导投资者对公司价值进行客观判断，避免不实信息对投资者的误导，保护投资者的切身利益，努力提升资本市场对公司价值的认可度。

• 2020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，参加投资者沟通电话会议99场。

• 2020年，公司入选第十四届中国上市公司价值评选“中国主板上市公司价值百强”。



## • 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。

- 安琪荣膺中国公司市值500强
- 2020年7月，《21世纪经济报道》发布了2020年上市企业市值500强榜单，安琪酵母总市值达407.76亿人民币，与上年相比增长了61.33%，在500强榜单里排名第446位，较去年上升了212位。
- 这次公布的中国上市公司市值500强，前10名分别是：腾讯控股、阿里巴巴、台积电、贵州茅台、工商银行、建设银行、中国平安、农业银行、中国移动、中国银行。
- 湖北入围上市公司500强企业数量在中西部地区排名第一位，总数达到十家，分别是：东风汽车、人福医药、长江证券、天风证券、安琪酵母、华新水泥、高德红外、居然之家、中信特钢、三安光电。

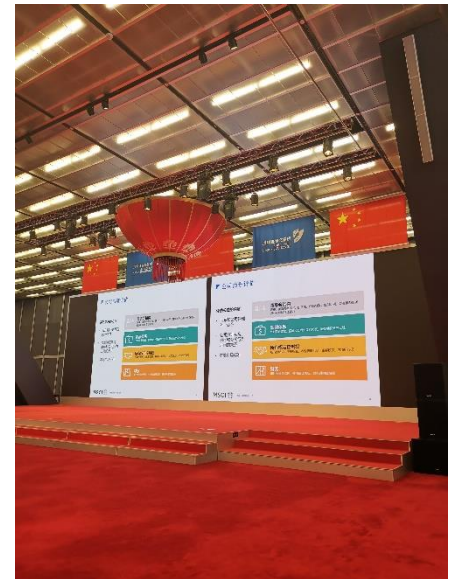


## • 第二章 主体责任

### 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

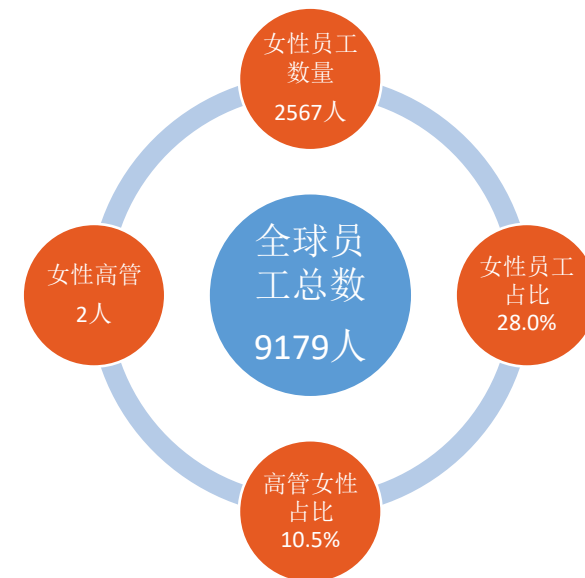
- 公司建立了财务管理制度、内部审计制度、财务付款审批、报销制度、资金内部控制制度、销售与应收内部控制制度、成本核算内部控制制度、董事会审计委员会议事规则、对外担保管理制度等一系列内部管理控制制度，确保了公司财务稳健与公司资产、资金的安全，保证了债权人的利益。公司的各项重大经营决策过程中，均充分考虑了债权人的合法权益。
- 安琪设置审计监察部，每年开展严格的内部控制管理和评价，通过内部控制管理，及时发现管理缺陷并进行整改，同时持续完善管理制度，确保公司经营管理时刻合法合规。
- 安琪审计监察部负责对公司内部控制制度进行独立评价，并聘请大信会计师事务所参与评价。
- 目前安琪已建立了内部控制制度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



## 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，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。



- 2020年，安琪员工总数达9179人，其中女性员工占比28.0%，高管中女性占比10.5%，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70%，公司朝气蓬勃，后备力量充足。

专业构成	
专业构成类别	数量（人）
生产人员	6650
销售人员	1376
技术人员	640
财务人员	147
行政人员	366
合计	9179
教育程度	
教育程度类别	数量（人）
研究生及以上学历	309
本科	1911
大专	2236
大专以下	4723
合计	9179

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

- 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。
- 调整了中高层管理人员的薪酬考核方案，强化了薪酬与公司业绩和自身工作绩效双挂钩的考核兑现机制，进一步调动各级干部的工作积极性。
- 实施了技术组织和业务组织的调整，进一步整合技术研发组织，聚焦核心基础技术研究，加大对研发人员的考核奖励力度；发布了重大技术创新成果等专项奖励方案，进一步营造崇尚科研的氛围；整合精简了事业部内部机构，选拔任用了一批高层次人才，进一步加强了事业部建设；加强了向子公司、事业部委派财务总监、质量总监的工作。
- 坚持干部年轻化，选拔了3名中层干部进入公司领导班子，17名40岁左右的年轻同志担任中层正职。大力推进实施干部轮岗交流机制，目前已有220多名中层管理人员和骨干员工轮岗，其中64名中层干部跨部门轮岗。

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，助力员工成才成长。

#### • 持续打造学习型组织

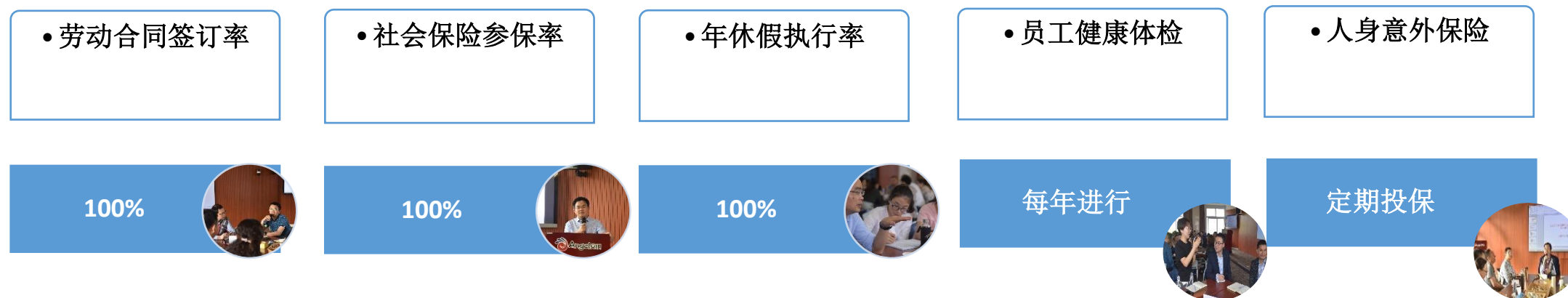
- 公司秉承“培训是员工最好的福利”理念，持续开展技能提升训练、优化学习培训形式，打造学习型组织。通过不断实施各业务领域专业知识技能集团化培训、国际化培训、领导力训练等，提高员工专业技能与管理能力；通过组织海外工厂骨干员工到总部留学，提升海外员工综合素养及企业文化传播性；通过推广使用APP移动学习平台，为员工利用碎片化时间开展移动学习创造条件。
- 2020年全年，安琪共实施线下培训4428场，人均学时达到26.1小时。主要进行了国际化素质提升培训、各业务领域专业技能培训、关键岗位后备人才培训和新员工入职培训等。
- 2020年，安琪全员覆盖推广APP学习平台，8007名员工使用APP移动学习平台，员工注册激活率98%。上传微课1413份，推送必修课1723人，推送人次187930，学习完成率90%，线上人均学时10.75小时。推送考试304次，推送人次14194人。开展直播课程261次。



## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，构建和谐用工环境。

- 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。



## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，切实提升员工福利保障。

#### • 企业年金

- 为保障和提高职工退休后的待遇水平，调动职工的劳动积极性，建立人才长效激励机制，增强单位的凝聚力，促进单位健康持续发展，2020年7月，全集团实施了企业年金（首次参与实施的员工超过3000多人，集团全年缴费3925万元，其中公司缴费2617万元，员工个人缴费1308万元）。

#### • 股权激励

- 为了进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动核心骨干员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和员工个人利益结合在一起，公司计划实施限制性股票激励计划，预计有740余人参与，包括公司董事、高级管理人员、核心技术人员、管理骨干，本计划拟授予的限制性股票数量为894.30万股。

#### • 其他方面

- 公司重视为员工提供丰富的物质激励，2020年员工收入同比增长11.9%。公司为员工补充购买意外伤害保险，提供租房补贴、通勤车、免费工作餐、车辆补贴、通讯补贴、带薪年休假、公司慰问等。

## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 2020年，公司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。
- 公司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。

- 2020年，公司及子公司、安琪集团帮扶资金投入401.91万元，其中资金帮扶394.57万元，物资折算金额为7.34万元。向结对帮扶业产坪村注资30万元，用于土地征收及小区地基平整，助力集体经济发展。
- 多次组织慰问活动，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。开展营养健康讲座，为39名儿童赠送健康礼盒，并向业产坪村委捐赠价值4万元的营养健康产品。
- 柳州公司、德宏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。伊犁公司、崇左公司也开展相关扶贫工作，改善当地贫困地区基础设施。





## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 为做好疫情防控下的脱贫攻坚工作，2020年5月，安琪25名党员干部到对口帮扶的五峰土家族自治县仁和坪镇业产坪村走访慰问。
- 公司领导李知洪、肖明华、李林、石如金、覃先武带领党员干部分片入户，向帮扶对象发出积极投身爱国卫生运动倡议，宣传最新帮扶政策，就帮扶户产业发展及外出务工情况交流谈心，嘘寒问暖，切实了解家庭生活状况。
- 安琪纽特公司联合宜昌市营养学会，以全民营养周和学生营养日为契机，向贫困留守儿童宣讲健康知识，赠送了价值4万元的营养健康产品，帮助当地贫困儿童提高营养认知，改善营养状况。
- 疫情发生以来，宜昌市委组织部、市老干部局、公司驻村干部全力配合村委做好疫情防控工作，认真落实联防联控措施，全村实现“零感染”。



## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 为保障抗“疫”一线医务工作者营养供给，2020年1月，安琪通过湖北红十字会，向奋战在抗疫一线的宜昌医护人员，捐赠价值200万元的益福康酵母硒、酵母多糖等健康产品，向武汉市捐赠300万元的安琪纽特益生菌、蛋白粉、酵母多糖等健康产品，提高一线防疫人员免疫力。

中工网讯（中工网记者邹明强 通讯员李成群）1月28日，安琪集团通过湖北宜昌市红十字会，向奋战在抗疫一线的宜昌医护人员，捐赠价值200万元的益福康酵母硒酵母多糖产品；向武汉市捐赠价值300万元的安琪纽特益福康、蛋白粉、益生菌等健康产品，提高一线防疫人员的免疫力。



安琪总部员工克服当前交通管制、物流运输限制等困难，以饱满的热情，奋斗在第一线，生产线满负荷生产，确保提高免疫力产品的物资供应。

- 第二章 主体责任

## 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 2020年7月，全国扶贫职业技能大赛湖北省选拔赛西式面点师赛在宜昌市第二技工学校开赛。安琪作为本次西式面点赛冠名单位，受赛事承办方委托，派出国家级焙烤竞赛评委黄东方作为本次比赛首席裁判，与此同时，为加大赛事宣传，公司还组织电商直播团队，对比赛进行现场网络直播。本次西式面点比赛所用食品原料为安琪、百钻系列酵母及食品原料产品。
- 本次西点赛将选出2名选手代表湖北前往山西参加全国扶贫职业技能大赛。



## • 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，更有助于企业品牌和美誉度的提升，促使企业的健康可持续发展。
- 2020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。
- 2021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。



发展生物科技 创新健康生活

Focus on Yeast Biotechnology Innovate for Healthy Life

发展生物科技 创新健康生活