

北京三元食品股份有限公司
2021 社会责任报告



目录

报告导读.....	1
领导致辞.....	2
聚焦一：传承红色基因，献礼建党百年.....	3
聚焦二：奋楫扬帆“十四五”，民族乳企新征程.....	6
走进三元.....	8
（一） 企业简介.....	8
（二） 公司治理.....	9
责任管理.....	11
（一） 责任组织.....	11
（二） 责任融合.....	11
（三） 责任沟通.....	13
三元行动——联合国可持续发展目标（SDGs）.....	15
一、 产品责任：以品质先行为己任.....	18
（一） 强化奶源安全.....	18
（二） 严控产品质量.....	20
（三） 加强科技创新.....	23
（四） 全程冷链运输.....	27
（五） 品尝三道关.....	27
（六） 食品可追溯.....	27
专题：功能性产品满足多元需求，新鲜品质助力健康中国.....	28
二、 伙伴责任：以协同共赢为目标.....	30
（一） 创造股东价值.....	30
（二） 提供优质服务.....	31
（三） 合作伙伴共赢.....	32
专题：锻造品牌魅力，引领消费升级.....	35
三、 环境责任：以绿色低碳为引领.....	38
（一） 加强环境管理.....	38
（二） 打造循环经济.....	39

(三) 践行绿色生产.....	40
(四) 开展绿色运营.....	42
专题：环保公益行动，守护绿色生态.....	43
四、 员工责任：以悦活人生为信念.....	46
(一) 保障员工权益.....	46
(二) 促进员工发展.....	46
(三) 关爱员工生活.....	50
专题：三元最强守护者，平凡岗位坚守品质承诺.....	51
五、 社会责任：以润泽万家为福祉.....	53
(一) 筑牢安全根基.....	53
(二) 传递健康理念.....	55
(三) 共建和谐社区.....	56
专题：三元学生奶营养“1+1+1”，助力中国学生健康成长.....	58
未来展望.....	60
附录.....	61
(一) 关键绩效.....	61
(二) 指标索引.....	63
(三) 责任荣誉.....	65
(四) 意见反馈.....	68

报告导读

■ 组织范围

本报告是北京三元食品股份有限公司（简称“三元食品”）发布的第 8 份年度社会责任报告，全面和详细披露公司在经济、环境、社会等方面的履责情况。

■ 时间范围

2021 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，部分内容超出此范畴。

■ 内容说明

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

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《上市公司环境、社会和公司治理信息披露指引》

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》

全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative）可持续发展报告标准

联合国可持续发展目标（SDGs）

■ 获取方式

获取报告电子版请见公司官网：<http://www.sanyuan.com.cn/>

如需纸质版报告，请致电 010—56306666

■ 联络方式

地址：中国北京市大兴区瀛海瀛昌街 8 号

电话：010-56306666

传真：010-56306668

邮编：100163

领导致辞

砥砺前行谋发展，乘势而为谱华章。2021年，面临复杂的经济和疫情防控形势，三元食品始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党中央、北京市委市政府、市国资委的决策部署，团结一心、攻坚克难，实现高质量稳步发展，为“十四五”开局奠定良好基础，为建党一百周年献礼。

传承创新，坚守品质承诺。我们秉承“只为一杯好牛奶”的使命，创新乳品研发模式和乳品安全管控体系，以科技赋能品质与安全，驱动产品质量升级，为建设健康中国贡献力量。2021年，三元食品新品研发持续发力，荣获多项科技创新奖项，引领行业高质量发展。

匠造新鲜，铸就民族品牌。我们依托“新鲜战略”，持续培育新业态新模式，为品牌注入新鲜活力，引领促进消费升级。2021年，三元食品在《中国500最具价值品牌》榜单中，以365.92亿元品牌价值，位列第197位，品牌知名度和影响力持续攀升。

低碳引领，厚植绿色动能。我们深入践行绿色发展理念，全面加强环境管理，加快推进提质增效、节能减排，大力发展循环经济，减少温室气体排放，助力国家“双碳”目标，持续构建绿色发展新优势。

以人为本，心系员工幸福。我们积极开展“家文化”建设，用心做企业，真心待员工，爱心对家庭；积极畅通职业发展通道，开展多维度培训，建设优秀人才队伍；关爱员工，倡导快乐工作、健康生活，持续提升员工幸福感、归属感。

润泽万家，共享发展成果。我们坚守“良心、爱心、责任心”责任理念，积极做好常态化疫情防控，有序开展安全生产；广泛开展营养科普，传递健康理念；深化升级营养“1+1+1”学生奶公益行动，开展慈善活动，增进民生福祉，彰显企业责任担当。

踔厉奋发开新局，笃行不怠向未来。立足新发展阶段，三元食品将继续以“健康国人”为己任，以科技实力做优产品，以卓越品质守护消费者健康，以多维业态模式锻造品牌魅力，努力将企业做优、做强、做大，矢志践行社会责任，打造最值得信赖的民族乳企，在全面建设社会主义现代化国家新征程上谱写高质量发展新篇章。

——北京三元食品股份有限公司党委书记、董事长 于永杰

——北京三元食品股份有限公司总经理 唐宏

聚焦一：传承红色基因，献礼建党百年

2021 年，是建党 100 周年，三元食品认真学习习近平总书记关于党的建设的重要论述精神，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”，坚持党的建设与公司治理有机统一、与基层活力相辅相成、与生产经营同频共振，进一步发挥党建在经营中的引领作用，以高质量党建引领高质量发展，以新担当新作为新成绩迎接建党 100 周年。

■ 庆祝建党百年

2021 年 7 月 1 日，庆祝中国共产党成立 100 周年大会在北京天安门广场隆重举行，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平发表重要讲话。三元食品组织全体党员及几千名干部职工共同观看学习。公司党委书记、董事长于永杰在北京总部观看，现场带领新党员代表进行集中宣誓，在场党员一起重温入党誓词；组织召开座谈会，公司领导、劳模代表、优秀基层支部代表、光荣在党 50 年老党员代表、新党员及青年代表积极交流观看感想，传承和弘扬中国共产党的光荣传统。



7 月 1 日，三元食品组织开展庆祝中国共产党成立 100 周年集中宣誓活动



7 月 22 日，三元食品召开庆祝中国共产党成立 100 周年暨“两优一先”表彰大会

中国共产党从嘉兴南湖的一条小船上走来，走向新中国，走向改革开放，走出了一条救

国救民、复兴中华的道路，走出了一条社会发展、经济繁荣的道路。这充分激励着我们在企业发展的过程中要有决心、有信心，迎难而上，在新时代改革浪潮中凝聚力量破浪前行，弘扬家文化精神、弘扬干事文化，以时不我待的紧迫感，扎实可行的方法措施，将产品做优、将品牌做强、将企业做大，为推进公司“十四五”战略落地、为打造最受国人信赖的民族乳企不懈奋斗！

——北京三元食品股份有限公司党委书记、董事长 于永杰

伟大斗争精神，对于三元食品非常重要。特别是在当前整个乳制品行业发展增速放缓，竞争异常剧烈的市场环境中，保持不畏强大竞争对手的勇气至关重要。全体三元人要秉承强大的使命感，以伟大斗争精神和必胜信念，坚定落地公司“做优、做强、做大”的战略，匠心传承、科学引领、创新发展，推动公司经营管理再上新台阶。

——北京三元食品股份有限公司总经理 唐宏

■ 党史学习教育

三元食品以庆祝中国共产党成立 100 周年为主线，积极开展党史学习教育活动，充分发挥领导干部示范带动作用，推动全公司党史学习教育走深走实。公司将开展党史学习教育作为重要政治任务，统一安排部署，组织和引导党员干部职工，开展好“学党史、践初心、兴三元”和“学党史、亮承诺、比作为”学习实践活动，广泛凝聚公司各方面力量和智慧，共同奋进新发展阶段。



组织专题学习习近平总书记在党史学习教育动员大会上的重要讲话精神

■ 夯实党建基础

思想建设。组织开展党委理论学习中心组专题学习党的十九届五中全会相关讲话精神并进行交流研讨，开展习近平总书记“七一”重要讲话精神专题学习，提升党员学习活力。召

开党委扩大会议传达学习党的十九届六中全会精神，举办“党的十九届六中全会精神”知识竞赛，掀起全公司学习热潮。

组织建设。加强党支部规范化建设，各支部对“三会一课”、主题党日活动开展情况、意识形态工作完成情况、党员定责赋值工作落实情况及组织生活会开展情况进行互查，提升基层党组织的管理能力、服务能力和影响力，发挥基层党组织的战斗堡垒作用。

纪律建设。召开 2021 年全面从严治党（党建）工作会，推动全面从严治党向基层延伸、向纵深发展，围绕中心、服务大局，持续深化“转职能、转方式、转作风”，坚持精准监督执纪，提升治理效能，打造“诚信、合规、敬业、阳光”的廉洁文化。积极开展新提职干部集体廉政谈话，召开党风廉政工作部署暨节前约谈提醒会议，组织参加首农食品集团 2021 年全面从严治党（党建）工作会议，强化党风廉政建设责任意识，以作风建设实际成效凝聚推动企业发展的强大力量。



■ 党建融合发展

三元食品围绕生产经营，探索党建新模式，按照“资源共享、先进共学、发展共赢”原则，与包括华联、物美等在内的几十家单位开展党建共建。党员干部得到提升的同时，将资源引入公司生产经营，搭建扩展新平台、开拓新渠道，加强与零售商、供应商等合作伙伴的交流，提升产品销量。通过党建融合发展，把党建优势转化为发展优势，把组织活力转化为发展活力，把党建资源转化为发展资源，汇聚振兴民族乳业的党建力量。

百年大党，风华正茂。未来，全体三元人将勠力同心，风雨同舟、同甘共苦，继续弘扬光荣传统、赓续红色血脉，用“以企为家”的精神状态，以干事创业的实际行动，擘画新征程蓝图。

聚焦二：奋楫扬帆“十四五”，民族乳企新征程

2021 年，是“十四五”开局之年，“十四五”时期是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标之后，乘势而上开启全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的第一个五年。面对新发展阶段的严峻外部经济形势和行业环境，三元食品坚持围绕经济工作主线和稳中求进的工作基调，坚决贯彻落实北京市国资委和首农食品集团的各项决策部署，全方位推进公司稳步发展，实现“十四五”高质量开局。

■ 战略发展定位

“十四五”期间，三元食品将坚持“做优、做强、做大”的战略发展定位，以消费者为中心，持续加大科技创新投入将产品做优，打造核心竞争力将品牌做强，以主营业务盈利为导向、投资并购为补充，将企业做大。



■ 战略规划落地

2021 年 6 月，三元食品召开“十四五”战略规划宣贯会议，从市场环境、战略定位、业绩目标、各事业部和职能部门的战略方向和发展举措等方面对战略进行全面解读。推进执行层面对标行业，体现专业性、系统性；推进整体战略贯彻落实，展现主动性、服务性；面对激烈的市场竞争，培养创新性、包容性，并树立风险意识，推进公司“十四五”战略规划落地。

■ 加强文化引领

为进一步推进“做优、做强、做大”的战略发展定位，三元积极开展“家文化”和“干事文化”建设。“家文化”，倡导的是“以企为家”，把企业构建成以和谐为基础、以忠诚

来维系、具有凝聚力和协调性的大家庭，用心做企业，真心待员工，爱心对家庭，秉承“有爱，有缘，有三元”的理念，共同建设有温度的企业。“干事文化”，倡导的是贯彻“事前计划、事中执行、事后评价”的机制，打造一支“想干事、能干事、干成事”的中坚力量，以企业干事文化推动和引领企业经济效益提升。



三元食品坚守初心 70 年，栉风沐雨，砥砺前行。在“十四五”的新征程中，三元食品将把握新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，秉承诚信为本、质量立市、创新领“鲜”的价值观，到“十四五”末期，努力将三元食品建设成为最受国人信赖的民族乳企。

走进三元

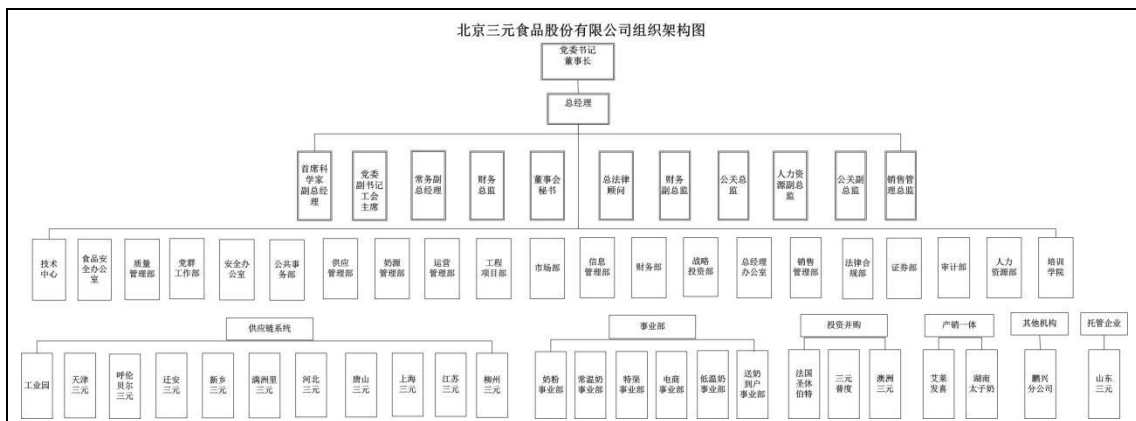
(一) 企业简介

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。

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。

1. 组织架构



2. 企业文化

企业目标	最受国人信赖的民族乳企
企业使命	70 年, 只为一杯好牛奶
企业价值观	诚信为本, 质量立市, 创新领“鲜”
企业精神	团结、忠诚、拼搏、奉献

3. 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

2021 年,三元食品确定“以风险防控为主线,坚持依法合规经营,统筹推进法务、内控和合规管理工作,提升重大风险防范能力”的定位及“以风险为导向、合规管理监督为重点,推动法务、内控、合规管理三个体系的有机融合、协调运转,提高公司经营管理合规性和稳健性,实现防控风险”的战略目标,全面推进公司依法合规治理。

守法合规体系。制定下发《合规管理试点工作方案》,全面确定公司合规管理近期、中期、远期目标及“全面覆盖、强化责任、协同联动、联系实际、事前预防”的工作原则,确定了合规管理综合部门、专项部门、主责部门“三位一体”的合规管理模式及以“食品安全为基石,以销售管理、商业伙伴、境外业务为重点”的合规管理重点领域。在组织建设方面,设立法律合规部作为合规管理综合部门,统筹公司合规管理工作;搭建完成包含总部、分(子)公司在内的合规管理员网络,为构建合规管理体系打好初步组织基础。在制度建设方面,编制和完善《合规管理办法》等合规管理制度文件,有序推进合规管理体系建设工作。

守法合规培训。组织开展内部普法培训、商业伙伴合规管理培训及年度合规培训,组织法务人员参加北京市国资委、市律协、律所等组织的各类法律相关培训,不断提升专业能力。2021 年,公司开展守法合规培训 6 次。



开展《广告法》专题普法培训

2. 风险管控

三元食品制定 2021-2022 年度风险评估工作实施方案，组织开展年度风险评估，通过风险评估调查问卷对风险信息清单内的各项风险进行评估，对风险评估结果开展统计分析，确定公司年度十大风险并制定相应的风险应对措施，持续跟进落实情况，定期总结风险防控效果，不断提升公司风险管理水平。

法律风险防控。持续完善总法律顾问制度，加大对重要决策、重点项目的总法律顾问参与程度。加强案件管理力度，提高案件管理水平，2021 年全力推进未结案件的诉讼进程。同时，做好涉诉案件分析总结及做好新发案件趋势分析，加强事前预防，降低公司潜在诉讼风险。

加强内审内控。制定《内部审计管理办法》《内部控制评价管理办法》等制度，每年开展内部审计，包括内控审计、管理专项审计、经济责任审计、境外企业专项审计、内控审计及组织实施所属分（子）公司、事业部、工业园年度内部控制评价工作，并出具公司整体年度内部控制评价报告，报经董事会审议后公告。公司持续建设严格、规范、全面、有效的内部控制管理体系。

责任管理

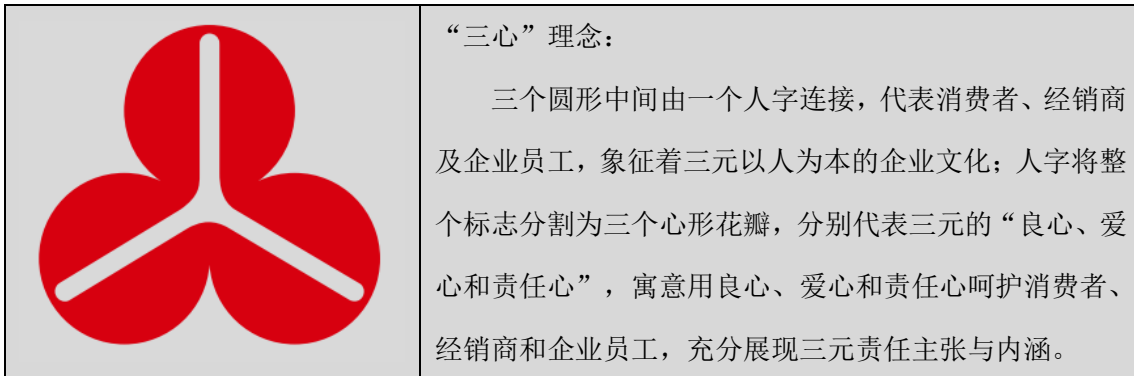
（一）责任组织

1. 责任治理

三元食品建立和完善社会责任工作组织体系，成立由公共事务部牵头的社会责任报告编制小组，奶源管理部、质量管理部、运营管理部、人力资源部等业务部门设立社会责任联络人，协同推进社会责任报告的编写，不断提升公司社会责任工作水平。

2. 责任理念

三元食品将“良心、爱心、责任心”作为社会责任理念，并推动理念与日常经营融合，促进各职能部门、下属企业、生产环节等以更加负责任的方式运营，全面提升企业履行社会责任的意识和能力。



（二）责任融合

1. 议题识别

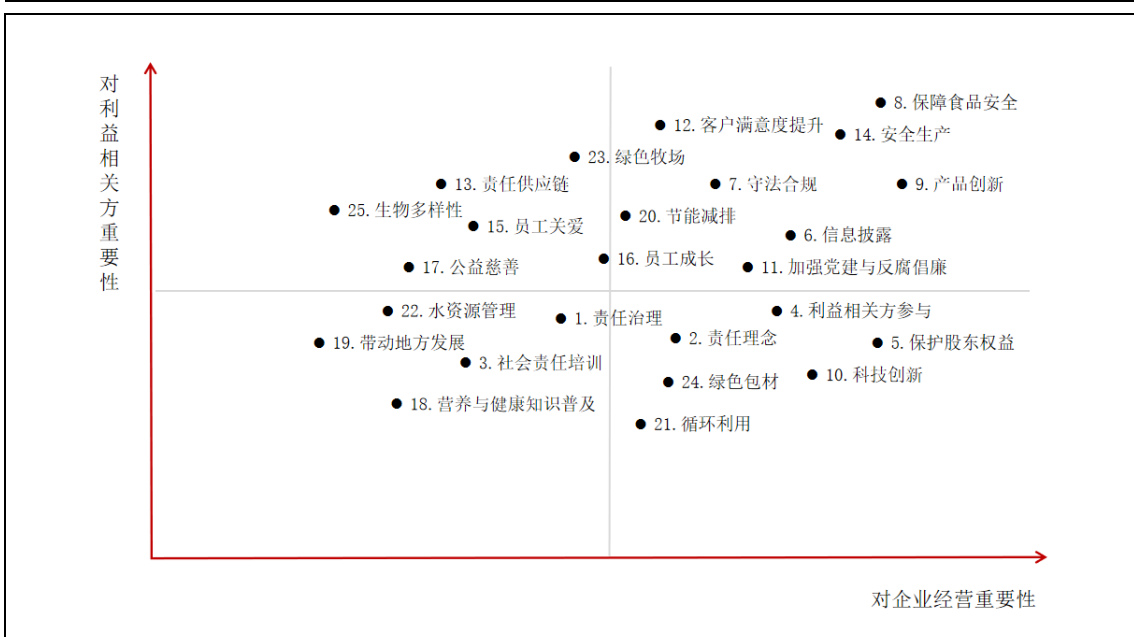
三元食品根据国家宏观政策导向以及国内外社会责任标准和行业对标分析，结合自身发展战略和规划，分析比较不同社会责任议题对相关方的影响和对自身发展的重要性，识别筛选出 25 项实质性议题。

利益相关方	议题
责任管理	1. 责任治理 2. 责任理念

	<ul style="list-style-type: none"> 3. 社会责任培训 4. 利益相关方参与
经济责任	<ul 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	<ul style="list-style-type: none"> 11. 加强党建与反腐倡廉 12. 客户满意度提升 13. 责任供应链 14. 安全生产 15. 员工关爱 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	<ul style="list-style-type: none"> 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

2. 议题分析

三元食品通过建立“对利益相关方重要性”和“对企业经营重要性”二维矩阵，识别出三元食品的实质性社会责任议题。



(三) 责任沟通

1. 社会责任报告

三元食品持续深化与利益相关方沟通，连续发布第八份社会责任报告，全方位向社会公众披露公司在经济、环境、社会等方面的履责行动和成效，同时积极通过公司官网、官微、微博、年报等途径，加强与利益相关方交流，增进理解与互信。

2. 利益相关方参与

三元食品积极识别利益相关方，深入了解其期望和诉求，建立相应的沟通和回应机制，向利益相关方传播企业责任理念和责任动态，推进公司全面履行社会责任。

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
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"> ● 合理的薪酬福利体系 ● 员工培训与反馈 ● 职业健康安全管理 ● 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 ● 节能减排降碳 	<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

三元行动——联合国可持续发展目标（SDGs）

2015 年 9 月，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）为指导，全面履行社会责任，推进企业可持续发展。

SDGs	我们的行动
 <p>1 无贫穷</p> <p>在世界各地消除一切形式的贫困</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 员工总数：6135 人 ● 报告期内吸纳就业人数：569 人 ● 连续 21 年践行“国家学生饮用奶计划”，改善贫困地区青少年儿童健康状况
 <p>2 零饥饿</p> <p>消除饥饿，实现粮食安全、改善营养和促进可持续农业</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 向赣南革命老区捐赠奶粉，以实际行动为老区人民身体健康保驾护航 ● 升级中国小康牛奶行动，改善青少年儿童营养健康
 <p>3 良好健康与福祉</p> <p>确保健康的生活方式、促进各年龄段人群的福祉</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 推出多种功能特性健康产品，满足消费者多元需求 ● 开展牛奶营养科普宣传，倡导科学饮奶理念 ● 员工体检及健康档案覆盖率：100% ● 年度新增职业病数：0 人
 <p>4 优质教育</p> <p>确保包容、公平的优质教育，促进全民享有终身学习机会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 员工培训投入：115.48 万元 ● 员工培训人次：53183 人次 ● “三元学生奶营养 1+1+1”活动为孩子们捐赠书籍、讲解食育营养知识，提升营养健康意识
 <p>5 性别平等</p> <p>性别平等，为所有妇女、女童赋权</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性员工人数：3072 人 ● 女性管理者比例：4.33% ● 加强对女性员工的关爱和保护，提高幸福指数

 <p>6 清洁饮水和卫生设施</p> <p>为所有人提供清洁饮水及卫生设施</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 年度新鲜水用水量：1125303 吨 ● 污水回收再利用率：20%
 <p>7 经济适用的清洁能源</p> <p>确保人人获得可负担、可靠和可持续的现代能源</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 能源综合消耗总量：11821 吨标煤 ● 玻璃瓶使用量：1.54 亿瓶
 <p>8 体面工作和经济增长</p> <p>促进持久、包容、可持续的经济增长，实现充分和生产性就业</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 员工总数：6135 人 ● 劳动合同签订率：100% ● 社会保险覆盖率：100% ● 人均带薪休假天数：7 天
 <p>9 产业、创新和基础设施</p> <p>建设有风险抵御能力的基础设施、促进包容的可持续工业，推动创新</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 科技研发投入：11,765.47 万元 ● 科研人员数量：73 人 ● 新增授权发明专利数：6 个
 <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"> ● 本地化雇佣比例：55.11% ● 少数民族或其他种族员工比例：3.63% ● 残疾人雇佣率：0.35%
 <p>11 可持续城市和社区</p> <p>建设包容、安全、有风险抵御能力和可持续的城市和社区</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全生产投入：978.49 万元 ● 安全培训次数：255 次 ● 安全培训人数：15150 人 ● 安全生产事故数：0 次
 <p>12 负责任消费和生产</p> <p>确保可持续的消费和生产模式</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 完善环境管理体系，加强环境应急管理 ● 发展循环经济，淘汰落后设备，引进先进节能环保技术，减低能源消耗，减少废物排放

 <p>采取紧急行动应对气候变化及影响</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年聘请第三方对碳排放进行审核，推进碳排放量逐年减少 ● 温室气体排放总量：3.2302 万吨
 <p>创建和平和包容社会、为所有人提供诉诸司法的机会，在各层级建立有效、负责和包容的机构</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 内部工作环境员工满意度：86.36% ● 客户投诉解决率：100%
 <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"> ● 在全球拥有 17 家工厂，先后在加拿大、新西兰、法国布局生产基地 ● 有序开展法国圣休伯特项目、加拿大阿瓦隆项目的投后管理工作

一、产品责任：以品质先行为己任

<p>➤ 我们与 SDGs</p>	<p>3 良好 健康与福祉</p> 	<p>9 产业、创新和 基础设施</p> 	<p>12 负责任 消费和生产</p> 	
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 产品检测合格率：100% ■ 产品质量通过的国际、国内认证数量：18 个 ■ 研发投入：11,765.47 万元 ■ 科研人员数量：73 人 ■ 新增授权发明专利数：6 项 			

（一）强化奶源安全

生鲜乳生产是乳品企业的“第一生产车间”，奶源质量安全直接关联着产品质量安全。三元食品结合奶源对乳品行业极其重要的作用以及产品质量安全要求和奶源结构的特殊性，制定“统一管理，分级负责”的管理模式，成立大奶源管理机制，通过提升牧场质量管理和奶源质量管理，保障奶源质量安全。

1. 牧场质量管理

公司对牧场建设、运营和奶牛养殖过程管理高度重视，将牧场管理过程中的关键过程、牧场建设和奶牛管理等方面纳入计价体系进行考核，指导和鼓励牧场通过科学、规范的管理和运营生产出安全高质量的生鲜乳。

精选优质品种。立足“好牛出好奶”理念，选择遗传种质最优秀的奶牛品种，以自繁自养为主，科学导入优质高产奶牛遗传基因，建设科学奶牛繁育体系，不断提高牛群遗传素质。

科学培育体系。建立科学的奶牛培育体系，进行分阶段分群饲养，注重后备奶牛培育的同时，关注干奶牛饲养，保证饲养过程符合奶牛生长发育规律，保证奶牛终生健康。

提高奶牛福利。改善奶牛饲养条件与环境，建立科学的奶牛保健控制体系，运用奶牛场粪污处理技术等措施，提高奶牛生活环境舒适度，稳定奶牛产量和质量。

科学饲养用药。公司自有牛场实行统一管理，大部分牛场实现 TMR 饲养工艺，同时严格执行国家关于农药、兽药及饲料添加剂管理的有关法律法规，全面推行“两次药浴、纸巾干

擦”挤奶新工艺，提高生鲜乳卫生质量。

打造信息平台。开发建立三元奶源管理系统信息化平台，将其打造成生鲜乳供应商管理系统和生鲜乳生产数据填报系统，实现供应商资质管理、生鲜乳生产日报、奶牛投入品采购使用报表、生鲜乳收购数据实时质量查询系统等功能，真正做到将生鲜乳质量安全管理前置，保障奶源质量。

案例：柳州三元下辖牛奶场顺利通过星级无规定疫病养殖场评审

2021 年 10 月，柳州三元下辖的鹧鸪江牛奶场和羊角山牛奶场顺利通过广西壮族自治区动物疫病预防控制中心开展的星级无规定疫病养殖场评审。此次评审由自治区动物疫病预防控制中心组织评估专家组在牛场进行现场评审，主要围绕必备条件、结构布局、栏舍设置、人员素质、卫生环保、无害化处理、消毒管理、防疫管理、种源管理、检测净化、畜群健康等 11 大类共 100 条具体标准进行评审，鹧鸪江牛奶场及羊角山牛奶场顺利通过相关评审。

2. 奶源质量管理

奶源质量是关乎产品质量安全的第一关口，公司十分重视奶源质量管理，确定奶源质量控制与管理原则，明确奶源管理部门和奶源使用单位在奶源质量检测、供应商走访、质量查访和管理监督等方面的职责，改变计价机制，推进实现从生鲜乳源头到产出整个过程的奶源质量管控。2021 年，三元食品原奶样品抽检合格率达 100%。

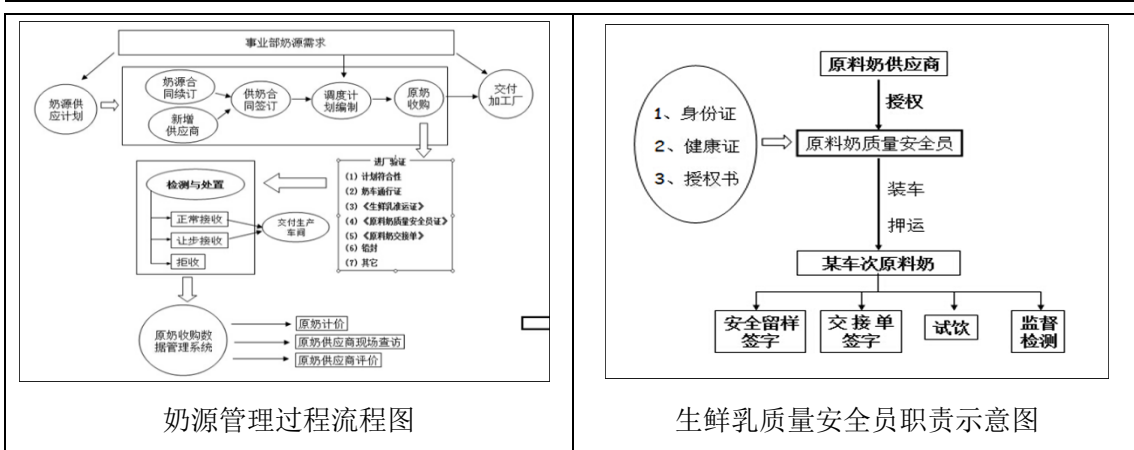
生鲜乳来源合法可靠。建立供应商资质文件档案系统，提醒供应商及时对资质文件进行更新；工厂日常验证工作中对随车携带的资质进行验证；建立生鲜乳生产日报制度和加强送奶均衡性管理，防止异常或不明奶源进入工厂；利用奶车 GPS 监控系统对生鲜乳装运轨迹进行回放，确认无问题后进行取样验收。

奶牛投入品管理。要求供应商建立完整的奶牛投入品管理档案，加强对病牛和弃奶期的管理，严格控制生鲜乳兽药残留值，奶源管理人员定期对供应商的奶牛投入品管理档案进行现场检查，并验证兽药的使用和弃奶是否符合标准。

加强冷链管理。严格冷链清洗程序，制定冷链清洗记录体系，定期检查供应商的生鲜乳冷链清洗记录和验证清洗效果。

关注异常生鲜乳。详细规定对异常来奶的监管措施，加强现场查访指导工作，及时开展沟通，防止不合格生鲜乳比例提高。

生鲜乳质量管控制度。创新生鲜乳质量管理体系，制定生鲜乳质量安全员制度、生鲜乳安全留样制度等，保障追溯环节合法有效。



（二）严控产品质量

三元食品创新基于风险分析的全产业链质量安全标准化管理体系，不断强化“源头严管+过程严控+结果快检”专业化管控措施，通过科技创新提升质量安全管控水平，积极培育质量安全文化，守护产品质量安全“生命线”。

1. 食品安全管理

三元恪守“诚信为本、质量立市、完善培训、持续改进”的管理方针，管理体系覆盖所有生产经营过程及产品类别。公司成立食品安全管理委员会，加强食品安全制度建设和专家队伍建设。严格履行《食品安全法》《食品安全国家标准》等相关法律法规和制度标准，积极落实企业主体责任，完善设计开发、采购、质量、检验、加工、储运、销售和投诉处理等各项管理制度和操作性文件。设置扁平化的垂直质量管理组织架构，建立独立的质量管理部门，开展生产加工全过程监督检查，提高企业质量安全管理水平。建立覆盖全产业链 11 个管控环节、97 项风险指标的食品安全风险数据库，开展全产业链食品安全风险管控工作。



2021年2月,北京三元食品股份有限公司瀛海工业园张景芳被授予“全国食品安全工作先进个人”称号,彰显公司认真落实党中央、国务院关于食品安全工作的决策部署,以“四个最严”为遵循,不断提升食品安全治理体系和治理能力现代化水平的行动和担当。

2. 生产过程管控

三元食品十分重视生产过程质量把控,持续推进生产全过程人机料法环质量标准化建设,保障产品质量安全。

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重要控制点实施在线监控,对工艺参数、人员状态、生产环境、设备设施、物料使用等关键控制点进行巡检,及时发现问题并改进,为产品质量追溯提供依据。

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。

过程检验与出厂批检内控标准。对重点工序和重点环节的半成品进行全面质量检验,成品按远高于国家标准的内控标准开展全项目自检,对所有成品进行每年2次外部第三方检测。

生产加工现场审核管理制度。根据各加工厂的情况,制定《工厂现场审核标准》,每年对各加工厂定期审核,对重点加工厂实行突击检查,全方位把控和引导工厂质量管理方向。

乳制品加工过程标准化系统。内容包括人、机、料、法、环、检、其他辅助要求七大板块,实现乳制品加工过程标准化管控,提升产品质量安全水平。

案例:三元食品荣获“农业产业化国家重点龙头企业”称号

2020年12月,三元食品顺利通过农业农村部第九次农业产业化国家重点龙头企业监测,并获颁“农业产业化国家重点龙头企业”证书。“农业产业化国家重点龙头企业”监测每两年开展一次,由国家农业部、国家发改委、国家财政部、国家商务部、中国人民银行、国家

税务总局、中国证监会、全国供销合作总社 8 个部门共同认定。根据全国农业产业化联席会议制定的《农业产业化国家重点龙头企业认定和运行监测管理办法》，经过申报、推荐、专家评审、部门审核、媒体公示等环节，三元食品最终达到标准，并获得授牌。



3. 加强产品检测

三元食品对原辅材料、半成品和成品制定严于国家标准的内控标准，严格开展检测工作。工厂对每批次产品均按执行标准进行全项目检测，公司质量管理部组织对市场销售产品和工厂库房产品进行质量监督抽检，配置快速检测设备设施，对关键项目进行严格监测和管控。

2021 年，公司开展供应商现场评审 78 家，形成食品接触材料供应商风险评估报告；工厂督查与互查 12 次，质量体系自查改进 184 项，风险监测 94 项；建立《常温液体乳产品质量标准化管控手册》《低温液体乳产品质量标准化管理体系》《婴幼儿配方乳粉质量标准化管控手册》，产品质量合格率均为 100%。内部抽检公司现有产品品类覆盖率 100%，包括巴氏杀菌乳、发酵乳、调制乳、全脂乳粉、调制乳粉、婴儿配方乳粉、较大婴儿和幼儿配方乳粉干酪、再制干酪、乳饮料以及部分企业原料乳清粉和乳清蛋白粉等，抽检产品 747 件，产品合格率 100%。通过 ISO9001 质量管理体系、HACCP、良好生产规范（GMP）、FSSC22000 食品安全体系等认证，部分产品通过有机食品、绿色食品、无公害农产品认证。



2021 年，三元食品开展北京市地方标准《食品生产企业质量提升指南》DB11/T 1797-2020 符合性自查和完善提升工作，并顺利通过第三方评价

4. 培育质量文化

公司坚守“只为一杯好牛奶”的初心使命，将食品安全文化与企业文化相融合，设置以检验检测为前提、以过程控制为中心、以风险预防为主体的质量管理宣传文化，强化质量安全意识，并开展食品安全和质量检测技能培训，传承发扬工匠精神，以“匠心”打造精益品质。2021年，公司组织12个加工厂实验室开展乳品检验全项、全岗位、全员检测培训共计126次，涉及培训内容391项，共计1877人次参与。

案例：开展服务“冬奥”加强乳品全产业链质量安全高级研修班培训

2021年，三元食品开展以农产品质量安全培训为主的服务“冬奥”加强乳品全产业链质量安全高级研修班培训项目，持续提升基于风险分析和全产业链的质量标准化管理体系建设，加强乳品质量安全管控高技术人才队伍建设。项目以“服务冬奥、健康中国”为主题，邀请12名行业专家进行为期15天的线上直播培训，公司共计861人次参加，有效提升公司食品安全风险防控意识与能力。



（三）加强科技创新

三元食品注重自主创新与协同创新相结合，持续推进乳品安全与健康科技创新突破，打造应用基础研究—工业技术开发—临床医学循证—产业示范引领的乳品创新模式，同时通过全产业链、多学科领域优势团队的协同创新，打造多元营养产品，满足消费者多元化健康需求。

1. 强化创新管理

三元食品围绕乳品安全、健康保障与消费者对乳品健康功效的需求，不断强化创新管理，激发创新活力。2021年，科技研发投入11,765.47万元，新增授权发明专利6项，申报国

国家级、省部级等项目 9 项，撰写国家级指南 2 项，持续以技术支撑引领公司健康高质量发展。

三元食品 2021 年科技创新奖项

成果名称	获得奖项	荣誉证书
母婴乳品开发关键技术 创新与产业化	河北省科学技术进步二等 奖	
极致 A2 β-酪蛋白牛奶的 开发与应用	第 15 届北京发明创新大赛 金奖	
一种促进肠道健康的婴 儿配方乳粉及其制备方 法	第 15 届北京发明创新大赛 银奖	
基于多组学技术的婴幼 儿配方食品创制	中国乳制品工业协会技术 发明奖一等奖	
《奶业科普百问》	神农中华农业科技奖—— 科学普及奖	

案例：三元极致牛奶荣获“2021 年凰家评测年度好物奖”

2021 年 12 月，2021 凤凰网“挑战与变革——展望科技未来”科技峰会上，三元极致牛奶被评为牛奶类别 2021 凰家评测年度好物，成为乳品类唯一上榜产品。此次凰家评测依据科学方法论提炼评测维度和评分占比，结合需求场景、性价比等用户视角，通过实验室检测，

综合安全、营养、口味和价格等进行多维度评比。三元极致纯牛奶 22 款常温牛奶横评中，凭借出色的营养指标和香浓顺滑的感官体验，获得评测最高分，赢得一致好评。



2. 科研队伍建设

三元食品注重科研人才队伍建设，实施高端科技人才托举计划，先后出台《首席专家、资深专家、青年科技拔尖人才培养计划实施办法（试行）》等制度，持续开展科技人才引进和选拔培养工作，进一步激发科研人员的创新动能，推进企业科技创新。2021 年，三元食品科研队伍中拥有高级职称 21 人，中级职称 8 人，博士 7 人，硕士 22 人。



三元食品首席科学家、副总经理陈历俊作为三元科技创新领域的代表，积极主导每一个产品的技术研发，攻克一个个技术难关，实现新型乳制品的开发和产业化。20 多年来，陈历俊主持国家 863 计划等 30 项，获得授权发明专利 32 项，建立生产示范线 8 条，开发新型乳品 80 余种，入选北京学者等，被授予全国劳动模范等 30 多项荣誉称号。

3. 搭建科创平台

三元食品持续推进国际化科技创新平台建设，依托项目开展产品创新关键技术攻关，推动产学研用深度融合发展。公司搭建国家母婴乳品健康工程技术研究中心、国家乳品加工技术研发分中心、国家认定企业技术中心、国家技术创新示范企业、母乳研究技术创新中心、母婴乳品健康北京市国际科技合作基地、母婴乳品生物技术北京市工程实验室、母乳研究技术创新中心、北京市乳品工程技术研究中心等 4 个国家级、8 个省部级科创平台，强化企业科创主体作用。

案例：A 级通过北京市科技专项母乳研究技术创新中心平台建设第三年度验收

2021 年 7 月，三元食品顺利完成母乳研究技术创新建设工作，并 A 级通过北京市科技专项母乳研究技术创新中心平台建设第三年度验收。公司于 2020-2021 年度突破母婴乳品开发核心配料、功能乳品创制关键技术难题，搭建起完善的母乳研究、母婴食品安全与健康研究、母乳喂养推广服务创新平台，实现科技合作成果的产业化生产，并形成完善的知识产权保护机制，建成国内领先、国际先进的中国母乳研究、成果转化、产业化示范、社会化服务平台。

案例：北京市自然科学基金——三元联合资助项目获得多项重要成果

2021 年 7 月，北京市科学技术委员会邀请专家开展北京市自然科学基金——三元联合资助项目工作总结。该项目由北京市自然科学基金委员会与三元食品共同设立，以加强母婴健康和乳品领域的基础研究工作。项目吸引北京大学、中科院微生物研究所、北京市妇产医院等 48 家单位、122 个科研团队的参与，共资助 17 个项目研究，并均已验收，发表论文 83 篇，其中 SCI 检索论文 50 篇；申请国家专利 11 项，国际专利 1 项，获国家专利授权 3 项；取得软件著作权 2 项。

联合资助项目成功搭建三元食品与京区三甲医院和国家级科研团队联合开展研究的平台，凝聚母婴营养研究和功能食品开发领域的高层次专家团队、外部智力资源，增强企业科技研发实力。这也标志着北京市企业投入资金支持地区基础研究“零”的突破，助力实现北京提升乳业国际竞争力、建设国际科技创新中心的目标。

（四）全程冷链运输

三元食品建立健全产品冷链运输管理体系，完善冷链配送网络，规范冷链运输流程，严把质量安全关。

公开公正物流招标。秉持公开公平公正的原则开展物流招标，并对物流承运商进行资质状况、管理制度、过程控制、现场管理等方面的严格审核，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。

完善冷链配送网络。公司拥有完善的冷链配送网络，在全国多地建有专业冷藏库房，配备专业冷藏运输车，通过公路专车运输、航空冷链的多式联运模式，以高效、安全的方式为销售中心、网店和消费者及时配送低温乳品，并根据市场发展，及时调整、优化配送网络，提升产品新鲜度。

全程冷链监控。公司将所有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车辆运输全程路线、节点温度变化情况，对全程冷链进行监控，实现全程透明化管理。

运输过程管控。公司对配送车辆及车厢温度有着极高的标准要求，低温产品配送车辆必须为厢式冷藏车，全程冷链运输温控在 2℃-6℃。保证装车前由专人负责检查并做登记，装车时不得关闭制冷设备，设置专人负责运输全程管控。

（五）品尝三道关

为保证产品质量，三元食品对每批次产品均严格执行“品尝三道关”。第一道由牧场质量安全授权人、三元工厂收奶人员和检验人员进行原料奶品尝，第二道由生产线操作人员、车间主管、工艺员等在生产过程中进行半成品品尝，第三道由品控人员和检验人员进行成品奶品尝，严格把控产品口感，确保为消费者提供新鲜优质乳品。

（六）食品可追溯

三元食品制定《产品标识和可追溯性控制程序》，加工厂和销售渠道通过记录控制、产品标识和检验状态标识建立完整的可追溯系统；建立真实、全面、规范的质量记录，实现设计开发、供应商和牧场质量管理、采购验收、生产加工、过程控制、半成品和成品检测、储存运输、销售及投诉等环节全链条覆盖；定制与生产经营实际相匹配的质量追溯系统软件，满足追溯精度和深度要求；建立单位数据中心，各信息采集点合理配置采集设备，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,完善食品安全可追溯体系信息化建设。

专题：功能性产品满足多元需求，新鲜品质助力健康中国

三元食品秉持服务消费者健康的初心与使命，不断推进乳品安全与健康科技创新突破，为消费者打造全生命周期，同时满足不同消费场景、差异化需求的高品质营养健康产品，为国人健康赋能。公司研发推出针对乳糖不耐人群的极致 A2 β -酪蛋白，呵护便秘和易腹泻人群肠道健康的衡安堂 166 酸奶，面向钙流失严重人群的高钙能牛奶，以及 72 $^{\circ}$ C 鲜牛奶、益糖平“双低 G”酸奶等功能性健康产品，赢得消费者信赖，助力建设健康中国。

1. A2 β -酪蛋白纯牛奶——原生蛋白更易吸收

三元食品建立完善的奶牛血统追溯及基因筛查体系，选用专属牧场甄选奶源，采用独有的国际先进的 β -酪蛋白基因分型技术，研发出具有“源生、亲和、专属、珍稀”四大优势的极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶，更好地提升乳糖不耐人群的健康体感。牛奶的 A2 β -酪蛋白成分亲和人体，更易于人体消化和吸收，并且能降低过敏风险，满足老人、儿童等特殊群体的高品质营养需求。



2021 年凤凰网“挑战与变革——展望科技未来”科技峰会上，三元极致牛奶被评为牛奶类别 2021 凰家评测年度好物，成为乳品类唯一上榜产品。三元食品党委书记、董事长于永杰接受凤凰网专访时表示，70 年来，三元食品始终坚持营养安全高标准，践行高品质产品与服务的坚定承诺，确保每一盒产品营养、安全。

2. 衡安堂 166 酸奶——呵护肠道健康

考虑到便秘和易腹泻人群的健康需求，三元食品推出衡安堂 166 优效复合益生菌酸奶，独创“1+6+6 精研复合配方”，内置 1 株中国健康母乳益生菌、优选 6 株中国健康宝宝肠道

优势益生菌、富含 6 种优质膳食纤维，助力特殊人群的营养改善。经临床验证，产品能够显著改善便秘，对于改善肥胖孕产妇妊娠期肠道健康有积极作用。



3. 益糖平“双低 G”酸奶——助力健康控糖

三元食品针对糖尿病人和控糖人群推出国内首款益糖平“双低 G”酸奶，独家采用低 GI+低 GL 配方，临床测试认证产品的 GI 值仅为 20、GL 值仅为 2，同时 0 添加蔗糖，在增强饱腹感的同时，减轻血糖波动负担；特别添加药食同源的桑叶提取物，帮助抑制血糖上升；富含可溶性膳食纤维、益生菌等营养元素，有助于肠道健康，满足特殊人群的健康需求。



三元食品始终以推动国民健康为己任，持续发挥“国家乳品健康科技创新联盟”优势，将健康理念融入产品，打造品质卓越、便捷、舒心、个性化的功能性产品，丰富消费者对高品质健康美味乳制品的多元选择，以 70 年始终如一的营养守护和健康引领，为“健康中国”贡献三元的智慧与方案，为国人健康保驾护航。

二、伙伴责任：以协同共赢为目标

<p>➤ 我们与 SDGs</p>	<p>9 产业、创新和基础设施</p> 	<p>12 负责任消费和生产</p> 	<p>17 促进目标实现的伙伴关系</p> 
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 召开董事会会议：10 次 ■ 召开股东大会：2 次 ■ 客户投诉解决率：100% ■ 合作供应商数量：168 个 ■ 培训供应商数量：130 个 		

（一）创造股东价值

三元食品坚持与股东共享发展成果，通过完善治理体系、开展投资者沟通、加强信息披露，及时回应股东关切，切实维护股东权益，为股东创造价值。

1. 治理体系

三元食品建立以《公司章程》为核心，以《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《董事会战略委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》《董事会提名委员会实施细则》等制度为主要框架的治理结构规章制度体系。

2021 年，公司共召开董事会会议 10 次、董事会专业委员会会议 10 次、监事会会议 3 次、股东大会 2 次。形成权力机构、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、相互制衡的完整议事、决策、授权、执行的公司治理体系。

2. 投资者沟通

三元食品的发展离不开投资者的参与和支持，公司在日常工作中深入研究投资者关切的问题，高度重视与投资者的沟通，将相关诉求转化为公司可持续发展的行动目标和方案，切实加强自身建设，通过接听投资者电话、举办业绩说明会、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，向投资者传播公司责任理念及履责动态，努力满足投资者合理期望与诉求。



召开股东大会

3. 信息披露

三元食品建立《信息披露管理办法》《年报信息披露重大差错责任追究制度》《重大信息内部报告制度》《外部信息报送和使用管理办法》等制度为主要框架的信息披露体系。2021年，公司公开发布定期报告4个，包含2020年年度报告、2021年一季度报告、2021年半年度报告及2021年三季度报告；发布临时公告共计47个，公开披露其他文件28个，高质量履行及时、真实、准确、完整的信息披露义务。

（二）提供优质服务

三元食品以消费者为中心，建立和完善客户服务体系，保障消费者的合法权益，提升客户体验，赢得消费者认可和满意。

1. 完善服务体系

三元食品以消费者需求为导向，围绕数字化转型策略，推进实现以消费者为中心的企业经营模式的转变，健全完善客户服务体系。通过以消费者运营为核心，全面推动企业数字化转型工作，搭建消费者运营和数据双中台以及终端消费者沟通工具，为线上线下业务提供抓手，营造多元化消费场景；规划适合公司各业态的以消费者为中心的CRM业务策略，优化运营以奶粉为起点的企业级全域CRM运营体系，通过开展会员体系推广、线上线下联动引导入会、消费者生命周期自动化营销、主动触达沟通、电商平台数据打通等工作，构建以小程序为阵地、线下渠道为平台的业务闭环，实现线上线下业务优化融合，持续提升运营效率和客户体验。

2. 提升客户体验

加强客户沟通。实行战略客户分类管理，聚焦重点市场、重点客户，通过日常社交软件及邮件往来、定期拜访、组织访厂参观等活动进行业务洽谈及需求探讨，针对客户需求进行精细化分析，深化业务合作与服务。

提升客户满意度。通过内部调研、民意问卷调查、现场走访、行业分析、委托和聘请相关组织机构等对消费者满意度进行持续性研究，为改进公司产品和服务质量、满足消费者与市场要求提供重要依据。

优化售后服务。制定并落实《售后服务管理办法》，进一步完善《服务质量投诉管理规定》《售后服务顾客投诉回访制度》《质量事故投诉处理规定及工作细则》《售后服务热线管理规定及工作细则》《外埠市场消费者产品质量投诉处理管理办法》等售后服务管理制度，维护企业信誉和消费者权益。

推进产品可及。通过“线下+线上”协同共振，有效整合营销资源，持续发力宣传推广工作，强化消费者对产品优势的了解；拓展新零售、社区团购等销售渠道，扩大产品销售半径；持续开展送奶到户服务，为消费者提供更加便捷的消费方式。



疫情防控期间，为社区安装订奶箱，坚持配送到家，保障新鲜营养供给



开展社区推广活动

（三）合作伙伴共赢

三元食品立足自身产业优势，积极与产业链上下游伙伴开展战略合作，持续推进责任采购，汇聚优势资源，构建稳定、良好、长远的合作关系。

1. 开展战略合作

三元食品始终秉持公平互惠的理念，携手政府、企业、科研机构等开展战略合作，整合

多方优势资源，与伙伴协同发展。2021 年，公司着手收购首农畜牧 46.37% 股权，筹划实施股权激励，持续优化资本运作。同时，开展奶酪和奶茶行业市场研究，推进海南自贸港及琼中县湾岭农产品加工物流园政策研究，与海南琼中县签署战略合作协议，深化产业合作，助力共赢发展。

案例：三元食品低温奶事业部与美团优选 APP 开展跨界合作

2021 年 4 月，三元食品低温奶事业部河南大区与美团优选 APP 开展跨界合作，开展优势版面位置和产品形象堆头制作宣传推广。同时，商定冷藏储存问题，促成月销售 4000 余件百利包原味发酵乳。消费者可以通过美团优选 APP 线上平台订购产品，在家门口与美团优选 APP 合作的店铺领取三元低温产品。本次合作是三元食品积极搭建电商平台，持续推动结构优化、平台销售、区域聚焦的成功尝试。

案例：三元食品参加第 30 届上海国际酒店及餐饮业博览会

2021 年 3 月，三元食品亮相第 30 届上海国际酒店及餐饮业博览会，并荣获 2021 年度“觅乐”TOP10 产品创新奖，与展会客商达成多个合作意向，彰显三元高质量发展精神，塑造国企高品质良好形象。三元食品始终关注酒店、中高端餐饮业及食品行业发展，不断探索专业原料新方案，为上下游企业提供全面、专业、领先的服务与产品，持续开拓三元在新餐饮领域的发展空间。



2. 推进责任采购

三元食品制定严谨的供应商管理辦法和完善的物资采购流程，持续规范供应商行为，提高供应商质量水平，推进责任采购工作。2021 年，公司合作供应商数量为 168 个，通过质量、环境和职业健康安全管理体系认证的比率为 20%，培训供应商 2 次，培训供应商数量 130 家，报告期内审查供应商 21 家。

供应商准入。开展市场调查和供应商信息收集等工作，筛选出在资质、产品价格、生产能力、技术、质量保证、供货能力、财务等各方面都符合要求的供应商。编制供应商资质认定标准，对供应商进行调查和评估，认定通过的新增供应商需按要求填报《新增供应商申请表》，核定供应商资格。

供应商管理。开展规范供应商资质及管理资料的收集、整理、分类、更新、保管等工作，每年度合格供应商需填写《年度供应商调查表》，并严格采购流程，提高供应商管理水平。

供应商评价。制定合格供应商《年度评价表》，根据供应商的水平制定相应的等级，对于优秀供应商可优先获得交易机会并享受优先支付货款，对于需改进的供应商实施订单减量并提出改进要求，对不合格供应商予以停止交易。

案例：三元食品组织京津冀供应商学习培训

2021年10月，三元食品组织京津冀6家中小供应商开展学习培训。通过生产车间实地观摩、参与技术培训会，学习优秀的企业经营管理、工厂硬件设施和质量控制经验，提升质量意识和质量观念，从而改善其经营管理。三元食品通过组织供应商培训，带动中小供应商在企业管理、食品安全、质量管理等方面共同进步，提高供应商经营水平和质量保障能力。



案例：三元牛奶独家冠名“三元杯”第二届全国咖啡师职业技能竞赛

2021年6月—10月，三元牛奶独家冠名的国家级赛事“三元杯”第二届全国咖啡师职业技能竞赛圆满举办。与首届相比，第二届竞赛开设赛区和参赛选手规模翻了一倍，共500多个团队、1100余位选手参赛。三元食品作为国赛指定乳品，全程提供赛事用奶，其中980ml巴氏鲜牛奶充分结合咖啡需求，对蛋白、脂肪进行适度配比，保障高品质和独特口感。三元食品在确保产品营养健康安全前提下，通过科技创新，不断丰富产品线，提升产品品质和风味，为咖啡、茶饮、餐饮等业态提供专业原料及解决方案，打造从产品、服务到应用一站式

体验，促进行业发展。



专题：锻造品牌魅力，引领消费升级

三元食品积极推进品牌升级焕新建设，扩展品牌宣传渠道，创新营销模式，提升品牌知名度和消费者好感度，实现品牌价值攀升。2021 年，三元食品在《中国 500 最具价值品牌》榜单中，以 365.92 亿元的品牌价值，位列中国品牌 500 强第 197 位，实现连续多年品牌价值高速增长。



1. 加强品牌推介

三元食品积极扩展品牌展示平台，向消费者传递三元卓越品质、优质服务与品牌口碑。2021 年，三元食品亮相由国家发展改革委联合中宣部、工业和信息化部等部委及上海市人民政府共同主办的以“中国品牌，世界共享；聚力双循环，引领新消费”为主题的 2021 年中国品牌日活动，展现首都乳业品牌力量；参与第 105 届全国糖酒商品交易会，展现北京老字号商品新“京”采；参加 2021 年在北京举办的中国国际服务贸易交易会，展示三元品牌

文化和优秀产品；与央广达成“三元奶粉 首都品质 全国分享”的品牌战略合作，通过国家优质媒体平台与国家优质好奶粉强强联合，放大品牌传播声量。



参加 2021 年中国国际服务贸易交易会

参加第 105 届全国糖酒商品交易会

2. 创新品牌营销

三元食品坚持“新鲜战略”，夯实品牌定位，积极探索年轻化品牌营销模式，持续焕发品牌活力。2021 年，三元 72℃ 鲜牛乳借势 CCTV-2《消费主张》特别节目“国货之光”的深度报道和北京卫视平台，结合新媒体宣传矩阵，强化品牌“新鲜”占位及母品牌领“鲜”定位；三元极致牛奶牵手中国国家攀岩队，作为“中国国家登山队乳品营养保障”征战 2021 年东京奥运赛场，同时赞助央视二套《对话》栏目，独家冠名《最美中国戏》，打造三元极致 A2 牛奶 X 颐和园联名限量定制款，扩大品牌曝光和沟通渠道；三元奶粉通过中国之声、音乐之声、云听客户端多频次发声，加强奶粉品牌建设，提升品牌活力与价值。



三元极致牛奶独家冠名《最美中国戏》

3. 打造品牌名片

三元食品通过加强品牌推介、创新品牌营销，树立营养健康的品牌形象，打造优质品牌名片。2021 年 12 月，三元食品在网易财经主办的“网易·新能量乳制品行业峰会”上，荣膺“年度最具影响力品牌”奖项，进一步提升品牌影响力。



产品创新是品牌打造的关键，更是三元可持续发展的核心动力。未来奶业企业的竞争会从相对零散的竞争转向全链条、全方位的竞争，主要体现在创新能力、系统性低成本、跨界融合等。

——北京三元食品股份有限公司总经理 唐宏

作为中国乳业快速发展的见证者和实践者，三元食品以 70 年的品牌坚守，立足“以消费者为中心，将产品做优、将品牌做强、将企业做大”的战略发展定位，依托品牌强国计划，焕新品牌活力，持续打造市场高美誉度和消费者信赖的国民品牌，引领和促进消费升级。

三、环境责任：以绿色低碳为引领

<p>➤ 我们与 SDGs</p>	<p>7 经济适用的清洁能源</p> 	<p>12 负责任消费和生产</p> 	<p>13 气候行动</p> 	
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 环保总投资：292 万元 ■ 环保培训人数：800 人 ■ 环保培训时长：80 小时 ■ 万元产值综合能耗：0.0397 吨标准煤/万元 			

（一）加强环境管理

三元食品践行“绿水青山就是金山银山”理念，全面加强环境管理，建立和完善环境管理体系，加强环境应急管理，开展环保宣传教育，构建公司绿色发展新优势。

1. 环境管理体系

三元食品严格遵守环境法律法规要求，按照环境管理手册和程序文件开展合规运营，委托有资质的第三方进行实地检测，保证各项污染物达标排放。制定《环境因素识别一览表》《重要环境因素清单》，确保公司环境管理符合国家和地方的最新环保要求。

指标	单位	2019 年	2020 年	2021 年
环保总投资	万元	97	705	292
环保培训人数	人	1326	1262	800
环保培训时长	小时	120	80	80

2. 环境应急管理

三元食品建立健全环境污染突发事件应急机制，提高公司及下属各单位应对工作和生产中的环境污染突发事件能力，有效预防、及时控制和迅速消除事件危害，保证生产经营顺利进行。公司所属各单位每年进行危险化学品、氨泄漏等环境应急演练，通过演练对突发环境事件进行早期控制，提高环境风险防范能力。



开展制冷涉氨事故环境应急演练

3. 环保宣传教育

三元食品贯彻落实《国务院关于环境保护若干问题的决定》《全国环境宣传教育行动纲要》等政策文件，积极开展环保教育宣传，通过开展绿色企业创建活动，倡导绿色文明的生产、生活方式和环境价值观念；推进公司各单位每年开展环境保护工作培训，提高员工环保意识，努力形成政府主导、公司内部合作、全民参与的环保宣传大格局。

（二）打造循环经济

三元食品高度重视发展循环经济，按照“资源化、再利用、减量化”原则，逐步淘汰落后设备，实施一批循环经济项目，包括改造使用低氮燃气锅炉、生产清洗用水再利用、酸碱回收、冷凝水回收、余热回收、中水再利用、光伏发电、能源管理项目等。2021 年，北京三元瀛海工业园电总量下降 5%，单耗下降 5%，水总量下降 6%，单耗下降 3%，天然气总量下降 2%，单耗下降 5%。



低碳节能设备

（三）践行绿色生产

三元食品落实生态文明建设要求，全面开展能源资源管理、加强“三废”管控，推进温室气体减排，助力国家“碳达峰、碳中和”目标。

1. 加强能源管理

三元食品建立和完善能源管理体系，制定《能源管理体系要求》《能源管理手册》，并根据相关要求，每年进行能源管理内审，制定管理评审计划及管理评审报告，深入检查能源消耗问题并进行整改，有效减少能源浪费现象，实现单位产值能耗逐步降低。

加强水资源管理，依据《中华人民共和国水法》和地方相关规定，制定三元食品《能源、资源控制程序》《水控制程序》等管理制度，调整生产工艺、生产批次、清洗次数，开展节水改造，杜绝跑冒滴漏现象发生。2021 年，公司积极开展水平衡测试工作，通过水平衡测试找出耗水节点，进行调整和改造；开展工冷凝水回收项目，实现蒸汽冷凝水全部回用、系统加药，降低蒸汽生产成本；锅炉用水改为纯水，有效降低单位水耗。

2. “三废”管控

公司持续加强“三废”管控，保证废水、废气、废弃物达标处理排放，践行绿色生产理念，筑牢企业绿色发展根基。

废水管理。建设污水处理系统和污水在线监测系统，随时检测废水排放情况。所有单位全部办理排污许可证，加大投资升级改造废水处理系统，保证废水达标排放。2021 年，公司投入 523 万元对污水处理站进行改造，开展新增厌氧罐、MBR 膜、气浮大修、更换污水处理设备、增加污水处理设施、在线监测设备升级等改造项目。



污水在线监测系统

废气管理。积极推进低氮排放，升级改造食堂油烟净化设备，进行燃气锅炉低氮改造，将 20 吨以上燃气锅炉安装在线监测系统，及时有效控制废气排放。2021 年，公司下属企业江苏三元将燃气锅炉更换成电加热锅炉，实现废气零排放。



燃气锅炉低氮燃烧器

废弃物管理。制定危化品管理制度，并设置专门部门及专职人员负责相关工作。生产过程中产生的固废、危废和一般废弃物（包装材料）都由有资质的第三方代为处理，设置专人负责库房管理，减少废弃物对环境的影响。



建设运营危化品库

3. 温室气体减排

公司在京单位按照北京市发改委要求，每年进行碳排放审核。从 2004 年开始每年聘请第三方对碳排放进行审核，推进温室气体减排。

三元食品温室气体排放情况（2019 年—2021 年）

指标	单位	2019 年	2020 年	2021 年
直接温室气体排放量	万吨	1.4405	1.4577	1.4551
间接温室气体排放量	万吨	1.7459	1.6735	1.7751
温室气体排放总量	万吨	3.1864	3.1312	3.2302

（四）开展绿色运营

三元食品统筹推进绿色园区、绿色工厂、绿色产品以及绿色供应链全面发展，加快节能降耗、清洁生产、资源综合利用和循环经济等重点建设，全力打造高效、清洁、低碳、循环的绿色制造体系。

1. 绿色园区

公司积极推进绿色园区建设，淘汰落后生产技术、工艺和设备，建设太阳能等可再生能源应用设施，开展园区能源监测管理平台建设，进行能源利用诊断、管理体系认证、水平衡测试、工业固废资源综合利用。同时，在厂区增加树木种植，清理周边各类垃圾，以实际行动打造环境优美的绿色园区。



生产车间采用自然光照明，减少用电量

2. 绿色包装

公司积极推进绿色包装，通过采用简化、可降解材料制成的包装，使用玻璃瓶等，降低包装对环境的影响。2021 年，公司玻璃瓶使用量达 1.54 亿瓶。

包装模块化	利用托盘将小包装集合，利于物流运输和保管，实现物流系统合理化。
包装集装化	将小包装产品统一集合到较大包装中，利于产品装卸、保管、运输等环节的作业速度，保护产品货体。
周转包装	采用可以反复使用、梯次利用的周转包装，如周转筐、玻璃奶瓶等，将废弃包装物进行可再生使用，转化为其他用途或制作新材料。
开发新包装材料	推进包装物高功能化，用较少的材料实现多种包装功能。

3. 绿色仓储

公司树立绿色仓储理念，在仓储管理中将绿色标准作为运营目标，通过仓储自动化、机械化、智能化建设，提升仓储作业绩效；缩短操作时间，提高仓库运作效率；节约照明时间，采用通风设备，有效节约电能，减少仓储成本。

4. 绿色运输

公司积极采取多种措施推进绿色运输，推进配送重叠区域进行共同配送，最大限度提高人员、物资、资金、时间等资源的利用效率；大力发展第三方物流，简化物流环节，进行合理运输，减轻交通拥挤，减少运输环节车辆对城市环境的污染。

5. 绿色办公

公司积极营造绿色办公氛围，在用水场所张贴标语和宣传图片，倡导全体员工节约用水；使用光利用率高的灯具，做到人走随时关灯，充分利用自然光，节约空调用电，减少办公用电；实施无纸化办公，根据内容及用途精细化用纸，以实际行动让绿色办公理念落地生根。

专题：环保公益行动，守护绿色生态

三元食品践行生态环保理念，积极开展环境整治志愿服务活动、垃圾分类活动、“桶前值守”活动等环保公益，提升员工环保意识的同时，为维护美好生态环境贡献力量。

1. 环境整治志愿服务

三元食品主动响应企业所在社区倡导，下属公司柳州三元积极组织开展社区环境整治志愿服务，对社区进行全方位清理，着重对排水沟进行清理，确保汛期排水顺畅，避免内涝，同时美化社区环境卫生，排除安全隐患，共同打造优美生活环境。



2. 开展垃圾分类活动

三元食品常温奶事业部积极响应垃圾分类倡议，组织开展“垃圾分类我们一起行动”公益活动，宣贯垃圾分类知识，对生活垃圾分类模式进行解读，员工垃圾分类参与率及分类准确率均达到 90%以上，促进垃圾分类意识基本形成，做好垃圾分类“指南针”。

3. 参与“桶前值守”活动

三元食品贯彻落实北京市生活垃圾分类推进工作指挥部办公室发布的《“垃圾分类我们一起行动——周末守桶我参与”活动方案》，积极参与“桶前值守”活动，为居民讲解垃圾分类知识，对社区居民垃圾投放进行分类监督、文明引导，通过“看桶”“守桶”“护桶”等系列行动，有效劝导社区居民垃圾分类投放，提高绿色环保意识，推动社区、家庭、个人养成良好投放习惯。



三元食品送奶到户事业部组织所有在京在岗员工
利用业余时间参与“桶前值守”活动



三元食品特殊渠道事业部积极动员广
大群众参与生活垃圾分类志愿活动

四、员工责任：以悦活人生为信念

<p>➤ 我们与 SDGs</p>	<p>5 性别平等</p> 	<p>8 体面工作和经济增长</p> 	<p>10 减少不平等</p> 
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 员工总数：6135 人 ■ 女性员工人数：3072 人 ■ 劳动合同签订率：100% ■ 社会保险覆盖率：100% ■ 员工培训投入：115.48 万元 ■ 培训员工人次：53183 人次 		

（一）保障员工权益

员工是企业发展的基石，三元食品秉承“以人为本”的发展理念，高度重视员工权益保障，坚持平等雇佣，开展民主管理，提升员工获得感和归属感。

1. 员工权益

三元食品严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，坚持多元化平等雇佣，杜绝使用童工，禁止强制劳动。建立和完善薪酬福利制度，保障员工休息休假权利，依法与员工签订劳动合同，为员工缴纳社会保险，构建和谐劳动关系。2021 年，公司员工总数 6135 人，劳动合同签订率 100%，社会保险覆盖率 100%。

2. 民主管理

公司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，并为员工表达需求提供畅通渠道。2021 年，员工参与工会比例为 100%。

（二）促进员工发展

三元食品重视员工的成长与发展，畅通职业发展通道，开展多元化员工培训，助力人尽

其才、才尽其用，推进员工与企业共进共赢。

1. 职业发展通道

三元食品为员工提供广阔的发展平台与空间，设立管理职系、技术职系、销售营销职系、行政事务职系、生产职系五个职业体系，为不同岗位员工提供可持续的职业生涯路径，畅通职业发展通道。

<p>集团经理人储备</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 系统梳理现有人才存量，结合储备要求，系统筛查，形成储备经理人建议名单。 ● 依据最终名单，组织提报各项材料并经审批确认后提交，根据选拔工作要求，三元食品第一批符合基本条件的储备干部共计 34 人。
<p>高端科技人才托举计划</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 贯彻落实集团公司《高端科技人才托举计划》，依据《首席专家、资深专家、青年科技拔尖人才培养计划实施办法(试行)》，对公司科研技术人才进行分层盘点。 ● 经过初审和现场答辩，产生集团“首席专家”1名，“资深专家”2名，“青年科技拔尖人才”6名。

2. 开展员工培训

三元食品重视员工职业发展，健全人才培养体系，加强师资队伍建设，开展多元培训项目，助力员工成长成才。2021 年，投入培训费用 115.48 万元，举办培训 1783 期，培训员工 53183 人次。

(1) 培训体系

公司修订《培训管理办法》、《内部培训师管理办法》、《培训全面评估办法》等培训制度，进一步明确三级培训体系中各层级职责和工作要求，增加特级内训师的评选和课件开发的激励政策，规范培训效果评估工具的使用范围，通过完善的培训体系助力员工快速成长。

三级培训体系

<p>一级培训</p>	<p>根据公司发展的战略目标和经营管理需求开展培训</p>
<p>二级培训</p>	<p>公司总部部室及技术中心专业范围内开展培训</p>
<p>三级培训</p>	<p>公司所属各单位对所有岗位人员开展培训</p>

培训教育方向

<p>新员工入职培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 新员工入职导向性培训 ● 新员工入职知识性培训 ● 新员工入职技能性培训 ● 应届毕业生入职通用知识培训
<p>员工在岗培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 根据实际工作需要，利用内部资源，开展业务知识、岗位技能经验交流
<p>外聘培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 一级外聘培训：对有共性的岗位，如销售、管理、生产等专业领域的培训 ● 二级外聘培训：对各类专业技术或技能的培训 ● 三级外聘培训：所属各单位根据需要，聘请外部教师开展培训
<p>外出培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 依据岗位要求进行的职称、从业资格等学习培训 ● 依据国家政策法规、上级单位文件要求进行的与公司经营业务相关的学习培训 ● 根据公司运营需要，为获得关键技能的特定学习培训

(2) 师资建设

2021 年，三元食品对原有内训师进行梳理，组建内训师品牌团队，根据《内部培训师管理办法》对现有内训师进行分级、评价，确保内训质量；从各事业部、总部选拔优秀员工作为内训师，并制定详细培养方案；积极组织内训师团建交流活动，提升内训工作质量水平，为公司人才培养提供优质的师资保障。



在教师节开展内训师交流活动

(3) 员工培训

三元食品依托完善的培训体系以及优秀的师资团队，积极开展多层次、多形式的员工培训，助力提升员工综合素质和技能水平。

案例：开展 2021 年新员工及行政管理人员综合知识培训

2021 年 4 月，三元食品举办企业综合知识培训，公司总部、在京各单位以及外埠企业近 300 人通过“线上+线下”的方式参加培训。此次培训通过访谈、问卷等多种形式开展前期调研，充分洞察学员培训需求，开展包括企业历史及文化、乳制品知识、奶源知识、财务基础知识、office 应用基础、合同实务、公文档案规范、三元 OA 办公平台等方面的专业培训，为员工提供系统、实用的课程。



案例：开展 2021 年度干酪加工与检验职业技能培训

三元食品开展 2021 年度干酪加工与检验职业技能培训，从支持市场、服务市场理念出发，进行专业培训，提升员工职业技能和综合素质。期间，公司首席科学家、副总经理陈历俊博士主讲了《乳品全产业链质量安全管理》，大家受益匪浅，此次培训不仅增长了知识，同时也开扩了视野。



（三）关爱员工生活

三元食品用心关爱员工工作和生活，注重员工职业健康，开展丰富多彩的文体活动，关爱慰问困难员工，努力创建和谐的劳动关系。

1. 职业健康

公司倡导“健康生活、快乐工作”的理念，积极推进员工职业健康管理，严格遵守国家相关职业病防治法律法规，及时为员工发放劳动防护用品，保障员工职业安全健康；组织开展职业健康培训教育，普及职业卫生知识，增强员工健康意识；定期组织员工进行健康体检，保障员工身心健康。2021年，三元食品员工体检及健康档案覆盖率为100%。

2. 多彩活动

公司重视平衡员工工作与生活，通过组织丰富多彩、积极向上的文体活动，增强员工身体素质，培育团队意识和拼搏精神，提升员工满意度和幸福感。



3. 员工关爱

公司真心关爱每一位员工，设立困难员工帮扶中心，为困难员工提供相关资助；开展节日基层慰问活动，举办“三八妇女节”关爱女性员工等活动，为员工送去温暖与关爱。



专题： 三元最强守护者，平凡岗位坚守品质承诺

三元食品的全产业链上，奋斗着一群平凡而伟大的劳动者，他们用日复一日的坚持，守护着三元对消费者的品质承诺，更守护着消费者的营养健康。几十年脚踏实地默默耕耘，他们用勤劳的双手和智慧，书写着三元高质量发展新篇章。

1. 服务重千钧，风雪送奶人

在三元及递的奶站，送奶工们自凌晨两点就开始忙碌，搬运、清点着新鲜的三元牛奶。在整座城市苏醒之前送奶工们就已经开始了奔波，骑着送奶车穿梭在无人街道，他们顶着刺骨寒风，在恶劣天气下也不曾慢下脚步，只为赶在日出之前将牛奶送达，让家家户户的早餐多一杯新鲜牛奶，多一份健康保障。许多送奶工在几十年工作中无一次错漏，因为他们懂得每一瓶奶都不是小事。送奶工们用自身的服务和奉献，诠释了三元“有爱、有缘、有三元”的品牌内涵，也守护着城市的温暖。



2. 精准检测者，倾心护食安

产品从生产、出厂到面市，每一项细小的检验工作都是检验数据准确性不可缺少的一步，每一项检测项目都关系着整批产品质量。三元食品检验员恪尽职守地践行着“我的岗位我负责”理念，他们严格核对奶车信息，保证每户奶车信息准确，及时将检测结果与泵房、工厂进行沟通；业务室人员一到岗位马上进入角色，与工厂品控送样人员核对每日送检、委托样品，及时将检测样品分发到岗位；仪器、微生物、理化检测室检验员在接到样品后及时进行核对，准备检测工作前道工序。三元食品每一位检验人员用自己的坚守以及默默的付出保障产品的质量安全，守护消费者的营养和健康。



3. 奋战一线忙，坚守显担当

每逢节日，更是三元食品一线员工坚守工作岗位，保障安全生产和稳定供应的关键时刻。三元食品一线员工以高度的责任感和积极向上的精神风貌，用实际行动保障三元食品在市场的稳定生产和供应，他们立足本职，严把产品质量关，用辛勤的劳动和汗水践行着责任和担当。



五、社会责任：以润泽万家为福祉

<p>➤ 我们与 SDGs:</p>	<p>3 良好 健康与福祉</p> 	<p>11 可持续 城市和社区</p> 	<p>16 和平、正义与 强大机构</p> 	
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全生产投入：978.49 万元 ● 安全培训次数：255 次 ● 安全培训人数：15150 人 ● 安全生产事故数：0 次 			

（一）筑牢安全根基

三元食品围绕“以人为本、构建和谐企业”的安全发展理念，贯彻落实《首农食品集团落实〈北京市安全生产专项整治三年行动计划〉工作方案》，积极构建安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，以稳定健康发展零事故为目标，实现公司及所属各单位全年安全生产形势持续稳定向好。2021 年，公司安全生产投入 978.49 万元，全年未发生安全生产事故。

指标	单位	2019 年	2020 年	2021
安全生产投入	万元	542.7	793.63	978.49
安全生产事故数	次	0	0	0
安全事故伤亡人数	人	0	0	0

1. 安全生产管理

三元食品坚持“党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责”和“管行业必须管安全、管业务必须管安全、管生产经营必须管安全”的原则，全面落实安全生产责任制。建立健全安全管理机构，成立安全生产委员会，强化安全生产组织领导；相关负责人签订《安全稳定目标责任书》，明确各单位安全控制指标；所属各单位将安全责任目标层层分解，落实到人。2021 年，公司系统内签订安全生产责任书 1213 份，针对特殊岗位、重点时期签订交通、消防、治安等各类专项安全责任书 1656 份，进一步压紧压实安全生产责任，确保公司安全责任“横到边、纵到底、全覆盖”。

2. 安全生产应急

三元食品加强安全生产应急管理，定期开展应急演练，强化应急处置能力。2021 年，公司所属各单位结合实际开展消防、交通、防汛、危险化学品、有限空间、特种作业等各类专项应急演练 141 场次，参演员工 4724 人次，参加并通过“一警六员”消防基本技能实操实训考核 864 人次，有效提升员工应急响应、应急处理和自救互救的能力。



紧急疏散演练

液氨泄漏应急演练

3. 隐患排查治理

三元食品根据北京市人民政府令第 285 号《北京市生产经营单位安全生产主体责任制规定》第 266 号《北京市生产安全事故隐患排查治理办法》以及《北京市安全生产专项整治三年行动计划》等相关要求，进一步推进隐患排查治理体系建设，围绕主体责任落实、消防设施有效性、危险化学品规范使用等方面进行全面隐患排查，将隐患排查工作做实做细。2021 年，公司开展隐患排查 1134 次，消除各类安全隐患 1685 处，有效遏制安全生产事故的发生。

4. 安全教育培训

三元食品积极开展“应急宣传进万家”“安全生产月”“119 消防宣传月活动”“112 全国交通安全宣传日”等安全教育主题活动，将安全宣传教育融入全年日常管理中，促进安全防范意识深入人心，保障公司安全平稳发展。2021 年，公司开展各类安全培训 255 场次，参加培训员工达 15150 人次，有效提高员工安全防范意识。



消防业务实操培训

应急救援知识培训

（二）传递健康理念

三元食品秉持“做好每一杯牛奶”的初心，努力打造营养产品，倡导健康生活理念，积极开展营养科普，鼓励广大消费者关注自身健康，提高免疫力，助力建设“健康中国”。

案例：三元科普体验馆获批北京市文化旅游体验基地称号

2021年12月，北京市文化旅游体验基地发布会在京举行，三元科普体验馆成功获批第二批北京市文化旅游体验基地。三元科普体验馆坐落于三元食品北京瀛海工业园内，是北京唯一一座以牛奶为主题的科普馆，场馆立足京味文化、红色文化、创新文化建设，以改革创新为动力，注重挖掘文旅融合、跨界融合和创新发展等内容。未来，三元科普体验馆将持续优化服务、提升品质、加大宣传，以文旅融合的方式，向社会公众传递营养健康理念。



案例：开展“世界牛奶日”主题活动，提升国民健康意识

2021年6月1日，是第22个“世界牛奶日”，三元食品作为首都乳企代表，积极借此契机开展线上牛奶知识科普和线下健康宣传等丰富多彩的主题活动。通过公众号等线上宣传渠道，向大众普及如何正确饮用牛奶；在世界牛奶日乳品周期间，开展“我为群众办实事”“暖心服务进社区 我是党员我先行”等宣传活动，为社区居民普及牛奶营养价值等健康知

识，让科学饮奶理念走进千家万户。



（三）共建和谐社区

三元食品秉承“取之于社会、回馈于社会”的企业社会责任观，积极开展公益慈善活动，开展疫情防控，建设和谐社区，以感恩之心回馈社会。

1. 开展疫情防控

在疫情防控常态化背景下，三元食品严格按照国家“外防输入、内防反弹”的总体策略，结合工作实际，动态调整疫情防控措施，严格防控疫情。同时，做好产品保供工作，确保在疫情防控措施下有序开展安全生产，提高全员疫情防控责任意识，保障全体员工健康安全。



三元鹏兴分公司进行防疫突击检查



天津三元邀请专业防疫人员开展工厂全面消杀

2. 践行公益慈善

三元食品积极承担乳企责任，广泛开展扶贫济困、无偿献血、救灾捐助等公益慈善活动，为千家万户送去温暖与关爱，以实际行动建设和谐社会。

 <p>2021 年 3 月，三元食品开展“传承雷锋精神、践行时代担当”志愿服务活动</p>	 <p>2021 年 6 月，三元食品参加“中国乳业领军企业赴江西赣南革命老区于都捐赠仪式”，向革命老区人民捐赠三元奶粉</p>
 <p>2021 年 6 月，三元食品到瀛海镇养老院开展健康慰问活动</p>	 <p>2021 年 8 月，三元常温奶事业部联合慈善公益机构“宝贝回家计划”，在三元小福枕奶箱体空白处粘贴“走失儿童寻人信息”，帮助寻找走失儿童</p>

3. 参与抢险救灾

三元食品主动承担社会责任，积极参与抢险救灾，维护群众生命财产安全，帮助灾区恢复生产生活秩序，获得社会各界认可。

案例：洪水无情 三元有爱——积极参与河南抗洪救灾

2021 年 7 月，河南发生特大暴雨，并引发洪涝灾害。危难时刻，三元食品践行国企担当，河南大区全体员工坚守岗位，保障市场不断货的同时，积极开展抗洪救灾工作。

郑州区域员工在开展自救的同时，给附近孤寡老人送去水和慰问品，帮助他们渡过难关；新乡区域员工与抗洪志愿者一起装沙袋，筑成一道道洪水防护墙；新乡三元向河南重灾区辉

县市红十字会捐助 1000 箱牛奶。面对严峻的灾情形势，三元人扛责在肩、勇挑重担，用实际行动诠释三元的奉献精神 and 责任担当。



专题：三元学生奶营养“1+1+1”，助力中国学生健康成长

三元食品贯彻落实中央 1 号文件“做大做强民族奶业”的要求，积极响应国家农业农村部及中国奶业协会号召，围绕国家农业农村部“五大行动”更好的增强国产乳品品牌影响力，践行企业社会责任，全面贯彻党中央国务院和北京市委市政府关于加强农村留守儿童关爱保护工作的决策部署，整合各方资源，服务农村留守儿童、贫困家庭儿童、特殊困境少年儿童群体成长发展。

作为中国 D20 奶业成员，三元食品积极参与中国奶业协会自 2017 年开启的中国小康牛奶行动，助力改善我国青少年营养情况和身体素质，滋养下一代健康成长，营造全社会共同关爱少年儿童群体营养健康的浓厚氛围。

1. 爱心升级，为未来注满希望

青少年儿童是祖国的未来、民族的希望。2021 年 6 月，三元食品进一步遵循和响应《健康中国 2030 规划纲要》，深化升级中国小康牛奶行动，将年度公益活动的主题定为“三元学生奶营养 1+1+1”，在捐赠牛奶的同时，为孩子们捐赠营养书籍，并邀请专业教师为孩子们讲解食育营养知识，在提高孩子们健康水平的同时，提升营养健康意识，强化青少年儿童尊重食物、尊重劳动的思想。



2. 公益行动，为健康保驾护航

2021年10月-12月，三元食品相继举办三元学生奶营养“1+1+1”菏泽专场、三元学生奶营养“1+1+1”驻马店汝南专场、三元学生奶营养“1+1+1”公益活动走进原阳等活动，助力加大学校健康教育力度、引导学生合理膳食、促进学生心理健康、加强体医融合和非医疗健康干预，为青少年的营养健康保驾护航。



少年强，则国强；少年健康，则国健康。三元食品自2000年成为我国首批首家学生奶定点生产企业，一直用“良心、爱心、责任心”践行“国家学生饮用奶计划”，在保障产品质量的同时，积极开展学生奶公益活动，践行中国小康牛奶行动。未来，三元食品也将继续初心不改，矢志不渝，把回报社会作为企业发展的重要责任，为中国青少年儿童的营养健康贡献力量。

未来展望

百舸争流千帆竞，乘风破浪正扬帆。回首 2021 年，三元食品坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入贯彻党的十九大和历届全会精神，团结一心，砥砺前行，聚焦主业经营，拓市场、保供应、防疫情、稳经济、促发展，达成收入利润双增长，实现“十四五”良好开局。

勇毅笃行向未来，踵事增华再出发。展望 2022 年，三元食品将巩固战略定力，凝聚奋进力量，紧紧围绕公司“十四五”战略规划，推进企业在高质量发展新征程中行稳致远。我们将在深化改革和强化协同中提升治理效能，释放发展活力；始终坚持营养安全高标准，坚定新鲜品质与服务承诺，以丰富的产品矩阵守护国民健康；以品牌焕新引领价值提升和消费升级，助力乳业振兴；积极开展节能减排降碳，助力国家“双碳”目标；矢志不移履行社会责任，强化国企责任担当，奋力开创发展新篇章，为全面建设社会主义现代化国家贡献力量。

附录

(一) 关键绩效

经济绩效				
指标	单位	2019 年	2020 年	2021 年
纳税总额	亿元	2.23	3.67	1.9
营业收入	亿元	81.51	73.53	77.3
科研投入	万元	2,035.56	3,532.74	11,765.47
科技工作人员数量	人	60	71	73
新增授权发明专利数	个	2	1	6
产品合格率	%	100	100	100
客户投诉解决率	%	100	100	100
合作供应商数量	个	204	195	168
供应商受处罚数量	个	0	0	0
培训供应商次数	次	1	2	2
培训供应商数量	个	120	120	130
社会绩效				
指标	单位	2019 年	2020 年	2021 年
员工总数	人	7,088	6,721	6,135
报告期内吸纳就业人数	人	846	745	569
女性员工人数	人	3,858	3,644	3,072
本地化雇佣比例	%	50.84	54.12	55.11
员工流失率	%	11.53	11.97	12.18
内部工作环境员工满意度	%	80	80.36	86.36
劳动合同签订率	%	100	100	100
社会保险覆盖率	%	100	100	100
人均带薪年假天数	天	7	7	7
少数民族或其他种族员工比例	%	3.26	3.38	3.63

三元食品 2021 社会责任报告

残疾人雇佣率	%	0.25	0.27	0.35
参加工会的员工比例	%	100	100	100
体检及健康档案覆盖率	%	100	100	100
员工培训人次	人次	46,071	49,275	53,183
员工培训投入	万元	165.6	99.2	115.48
安全生产投入	万元	542.7	793.63	978.49
安全生产事故数	次	0	0	0
安全培训人数	人	13,810	12,690	15,150
环境绩效				
指标	单位	2019年	2020年	2021年
环保总投资	万元	97	705	292
环保培训人数	人	1,326	1,262	800
环保培训时长	小时	120	80	80
能源综合消耗总量	吨标准煤	11,632	11,562	11,821
万元产值综合能耗	吨标准煤/ 万元	0.044	0.044	0.0397
废水排放量	万吨	80.16	84.61	90.0
废气排放量	万立方米	8,613.120	6,703.256	6,907.712
废弃物排放量	吨	3	5.3	27.78
温室气体排放总量	万吨	3.1864	3.1312	3.2302
直接温室气体排放量	万吨	1.4405	1.4577	1.4551
间接温室气体排放量	万吨	1.7459	1.6735	1.7751
年度新鲜水用水量	吨	1,145,135	1,057,605	1,125,303
污水回收再利用率	%	20	20	20
办公室用水总量	吨	18	22	25
玻璃瓶使用量	亿瓶	1.84	1.27	1.54

(二) 指标索引

目录		中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)	页码
报告导读		P1	
领导致辞		P2	P2
聚焦一：传承红色基因，献礼建党百年		P3.1-3.2	P3-5
聚焦二：奋楫扬帆“十四五”，民族乳企新征程		P3.1-3.2	P6-7
走进三元	企业简介	P4.1-4.4	P8-9
	公司治理	M1.1, M1.3, S1.1-1.2	P9-10
责任管理	责任组织	G1, G3	P11
	责任融合	G5	P11-13
	责任沟通	G6	P13-14
三元行动——联合国可持续发展目标 (SDGs)		P3.1-3.2	P15-17
产品责任： 以品质先行为 己任	强化奶源安全	M2.2, M3.1	P18-20
	严控产品质量	M2.2-2.3	P20-23
	加强科技创新	M2.4-2.7	P23-26
	全程冷链运输	M2.1, M3.1	P27
	品尝三道关	M2.2, M3.1	P27
	食品可追溯	M2.2, M2.12	P27-28
	专题：功能性产品满足多元需求，新鲜品质助力健康中国	M2.1-2.2, M2.4, M3.4, M3.6	P28-29
伙伴责任： 以协同共赢为 目标	创造股东价值	M1.2-1.6	P30-31
	提供优质服务	M2.1, M2.9, M2.12, M2.14	P31-32
	合作伙伴共赢	M3.1, M3.4, M3.6, M3.8-3.10	P32-35
	专题：锻造品牌魅力，引领消费升级	M2.2, M2.12, M3.1, M3.5	P35-37
环境责任： 以绿色低碳为	加强环境管理	E1.1-1.2, E1.5	P38-39
	打造循环经济	E2.6, E2.11, 2.18	P39

三元食品 2021 社会责任报告

引领	践行绿色生产	E1. 1, E2. 12-2. 17, E2. 24-2. 25	P40-42
	开展绿色运营	E2. 20, E2. 22, E3. 1-3. 2	P42-43
	专题：环保公益行动，守护绿色生态	E3. 3-3. 4, E3. 6	P43-44
员工责任： 以悦活人生为 信念	保障员工权益	S2. 2-2. 4, S2. 8-2. 12	P45
	促进员工发展	S2. 14-2. 16	P45-49
	关爱员工生活	S2. 17-2. 18	P49-50
	专题：三元最强守护者，平凡岗位坚守品质承诺	M2. 1-2. 3, S2. 12	P50-51
社会责任： 以润泽万家为 福祉	筑牢安全根基	S3. 1-3. 6	P52-54
	传递健康理念	M2. 9, M2. 12	P54-55
	共建和谐社区	S4. 1, S4. 6, S4. 8, S4. 9-4. 10	P55-57
	专题：三元学生奶营养“1+1+1”，助力中国学生健康成长	S4. 6, S4. 8-4. 9	P57-58
未来展望		A1	P59
附录	关键绩效	A2	P60-61
	指标索引	A5	P62-63
	责任荣誉	A3	P64-66
	意见反馈	A6	P67

(三) 责任荣誉

<p>2021 年 1 月，三元爱力优幼儿配方奶粉荣获 2020 年度妈妈网母婴品牌口碑榜“国产牛奶粉·年度口碑王”称号</p>	
<p>2021 年 3 月，在第 30 届上海国际酒店及餐饮业博览会上，三元食品荣获 2021 年度“觅乐”TOP10 产品创新奖</p>	
<p>2021 年 7 月，入选中国奶业协会《中国奶业的传奇与辉煌——圆梦“十三五”企业风采录》</p>	
<p>2021 年 7 月，荣获湖南省麦当劳叔叔之家患儿家庭援助中心“2016-2021 最具爱心捐赠企业”称号</p>	
<p>2021 年 9 月，在中国儿童中心举办的全国少年儿童“劳动美·丰收乐”主题公益活动中，被授予“科普宣传爱心单位”称号</p>	

<p>2021 年 10 月，在经济日报主办的“第四届中国乳业资本论坛”上，三元食品荣获“卓越创新奖”</p>	
<p>2021 年 12 月，在“第十三届《企业社会责任蓝皮书》发布会暨 ESG 中国论坛 2021 冬季峰会”上，荣获“公益慈善奖”</p>	
<p>2021 年 12 月，三元科普体验馆荣获“北京市文化旅游体验基地”称号</p>	
<p>2021 年 12 月，在中国食品安全报社举办的“第十九届中国食品安全大会”上，荣获“社会责任领军企业”荣誉称号</p>	
<p>2021 年 12 月，在“2021 网易·新能量——乳制品行业榜单评选”中，荣膺“年度最具影响力品牌”奖项</p>	

2021 年 12 月，在凤凰网举办的“挑战与变革——展望科技未来”科技峰会中，荣膺“2021 凰家测评年度好物奖”



2021 年 12 月，在 2021 全国食品工业“三品”成果展中，三元荣膺“提品质”奖



（四）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八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。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；56306655

邮寄：中国北京市大兴区瀛海瀛昌街8号三元公共事务部

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？