



三元食品 2017 企业社会责任报告

责任，成就使命

目 录

关于本报告.....	3
董事长致辞.....	4
总经理致辞.....	5
责任专题：不忘初心，砥砺前行.....	6
走进三元.....	11
（一） 关于我们.....	11
（二） 公司治理.....	13
（三） 责任管理.....	14
一、 责任·始于品质.....	16
（一） 牧场质量管理.....	16
（二） 生鲜乳验收.....	17
（三） 生产过程把控.....	17
（四） 科技创新.....	19
（五） 冷链运输.....	22
（六） 品尝三道关.....	22
（七） 食品可追溯.....	22
专题 1：至诚之心，缔造至臻产品.....	23
二、 责任·精于信任.....	25
（一） 让股东信任.....	25
（二） 让客户信任.....	26
（三） 让员工信任.....	29
（四） 让伙伴信任.....	36
专题 2：最可爱的三元人.....	38
三、 责任·忠于社会.....	40
（一） 环境责任.....	40
（二） 安全生产.....	44
（三） 公益责任.....	47
专题 3：有爱，有缘，有三元.....	51
数说 2017	52
荣誉 2017	53
未来展望.....	54
附录	55
指标索引.....	55
评级报告.....	56
意见反馈.....	57

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 4 份年度社会责任报告，时间跨度为 2017 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。

● 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。

● 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-CSR3.0）》。

● 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。

董事长致辞

2017 年是极不平凡的一年，这一年党的十九大胜利召开，描绘了决胜全面建成小康社会，夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利的宏伟蓝图；这一年，北京首都农业集团有限公司（公司控股股东）、北京粮食集团有限责任公司和北京二商集团有限公司重组为北京首农食品集团有限公司开始启动，千亿食品大船扬帆起航。

纵观形势，国内乳业市场国际化进程加快、竞争进一步加剧，消费升级持续发酵，三元食品转变思路、调整结构、稳中求进，经济指标实现新增长，营销布局取得新进展，品牌影响取得新高度，为未来五年跨越式发展奠定坚实基础。

洞察行业变化，“健康”、“享受生活”、“注重品质”已成为消费者强烈的健康意识表现。消费者对乳制品的品质诉求不断增加，追求更特色、丰富的乳制品；面对供给侧改革需求，三元食品从源头实现创新升级，持续推进产品结构优化，研发出了更多符合市场需求和潮流的产品，树立了高端品牌形象。

立足国企责任，三元始终肩扛振兴民族乳企重任。2017 年，三元食品以“一带一路”倡议为引领，实现了西北部市场新突破，提升三元品牌在西北区域的知名度；依托母婴工程中心建立国内最大的母乳数据库，研发适合中国宝宝的婴幼儿配方奶粉，肩负起振兴国产婴幼儿奶粉品牌的重任；落实国家精准扶贫战略，开展一系列健康扶贫项目，向全社会传递三元的“良心、爱心、责任心”。

新时代召唤新作为。2018 年是贯彻党的十九大精神的开局之年，是改革开放 40 周年，是公司全面落实五年战略规划的关键之年，立足 2018，三元食品将不负初心，凝心聚力，为履行好振兴民族乳业的历史使命而不懈奋斗！

——北京三元食品股份有限公司党委书记、董事长 常毅

总经理致辞

过去的 2017 年，对三元食品来说是成果丰硕的一年。

这一年，三元食品继续响应国家供给侧结构性改革的号召，以科技引领产品创新。通过全产业链协同创新，推出了国内首款极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶，实现体感更舒适、健康；国内首家采用国际先进的“72℃/15s”低温杀菌鲜奶工艺，最大限度保留生乳中的活性物质；依托国内最大的奶酪生产优势，研发推出了更符合中国儿童营养健康需求的奶酪新品珍芯芝士；创新升级了促进中国宝宝体质、肠道健康与智力发育更接近中国母乳喂养的三元爱力优婴幼儿配方乳粉，并两次入选国家重大科技成就展，成为行业唯一入选乳企。

这一年，三元食品继续深挖潜能，构建产业新格局。践行“一带一路”倡议，甘肃张掖工厂实现顺利试产，预计年产乳制品 18 万吨，有效填补西北市场空缺；三元股份联手复星完成法国百年健康食品企业 St Hubert 收购，集聚全球智慧与资源，为三元食品“大健康产业”的蓬勃发展增添新动能。

这一年，三元食品继续推进健康扶贫事业，为中国母婴及特殊人群提供更适合、更健康的乳制品。落实国家精准扶贫战略，为中国贫困地区儿童提供符合营养健康需求的乳制品；坚持为在京老红军战士无偿提供鲜奶；“8.8”九寨沟地震，第一时间向灾区送去奶粉等物资，带给灾区宝宝更科学优质的营养补给。

2018，是新的起点，新的开始，三元食品将继续坚守食品安全的底线，坚持“品质为先”，保持“匠心精神”，为“健康中国 2030”贡献“食品健康”，为中华民族伟大复兴中国梦谱写新篇章！

——北京三元食品股份有限公司总经理 陈历俊

责任专题：不忘初心，砥砺前行

三元食品始终坚持以习近平总书记在国有企业党建工作会上的讲话精神为指导，全面从严治党，按照“融入中心做工作，进入管理起作用，引领文化保方向，服务大局有作为”的总体思路，积极探索和构建党建工作体系，通过加强思想引领，强化人才强企，促进凝心聚力，为公司快速发展提供强大动力。目前共下辖北京 3 个基层党委，3 个党总支，2 个直属党支部，21 个基层党支部，党员 444 人；外埠企业 1 个基层党委，9 个党支部，党员总数 294 人。

✧ 党建总体方向

纲领	党要管党 从严治党
目标	融入中心做工作 进入管理起作用 引领文化保方向 服务大局有作为
品牌	品质三元 匠心党建
基本原则	坚持党对国有企业领导不动摇 坚持服务生产经营中心不偏离 坚持党组织对选人用人的领导和把关作用不能变 坚持建强基层党组织不放松 坚持党风廉政建设责任双落实

✧ 党建工作实践

实现一个协同	党建工作与企业协同发展，党建强，公司发展强
践行两个服务	✧ 服务市场 ✧ 服务员工
提高三大保障	✧ 保安全 ✧ 保稳定 ✧ 保廉政
建设四项工程	坚持党对国有企业领导不动摇，建设“核心工程” ➤ 突出一个引领：坚持政治引领

	➤ 落实两个体系：落实党建责任体系、党建工作保障体系 ➤ 发挥三个合力：党组织、纪检监察和群团组织的合力 坚持服务生产经营不偏离，建设“先锋工程” ➤ 围绕一个中心：公司 2017-2021 发展战略目标 ➤ 完善一个机制：党组织促进企业发展的体制机制 ➤ 凝聚两个力量：党员的先锋作用和党组织带领职工群众的号召力 坚持党组织对选人用人的领导和把关作用，建设“清风工程” ➤ 营造一个环境：风清气正、作风优良 ➤ 坚持两个原则：党管干部、党管人才原则与董事会依法选择经营者以及经营管理者依法行使用人权 ➤ 培养六支人才队伍 坚持建强国有企业基层党组织不放松，建设“堡垒工程” ➤ 把握三个基本：基本组织、基本队伍、基本制度 ➤ 抓住两个覆盖：党组织全覆盖、党的工作全覆盖 ➤ 加强一个建设：“铁一般信仰、铁一般信念、铁一般纪律、铁一般担当”的党员队伍
创建五佳支部	✧ 支部堡垒聚力最佳 ✧ 党员先锋作用最佳 ✧ 管理机制创新最佳 ✧ 贴近员工服务最佳 ✧ 文明和谐氛围最佳
打造六个一流	✧ 一流的组织 ✧ 一流的队伍 ✧ 一流的机制 ✧ 一流的作风 ✧ 一流的服务 ✧ 一流的业绩
建立七大品牌	民主管理品牌

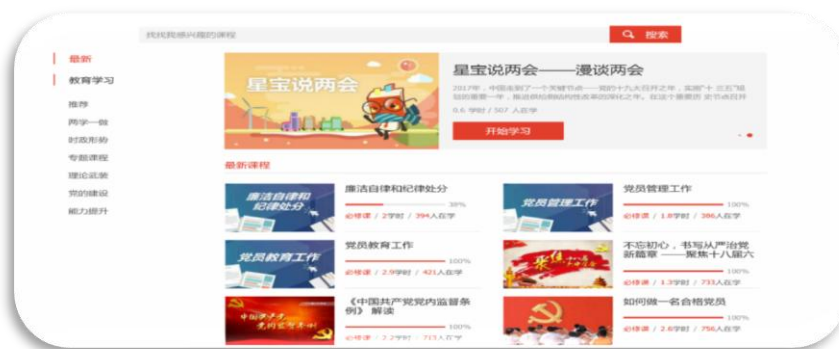
	安全生产品牌 创新创业品牌 班组建设品牌 巾帼建功品牌 家文化品牌 扶贫帮困品牌
--	---

✧ 党建工作成效

制度先行	✧ 建立健全党建工作责任制。党委书记切实履行党建第一责任人职责；党委班子其他成员切实履行“一岗双责” ✧ 建立健全工作机制。引入精细化管理体系，建立了党建工作的流程和标准，推动公司党建工作的规范化、科学化 ✧ 建立健全考核机制。出台《北京三元食品股份有限公司各二级单位主要领导党建工作考核办法》，各级党组织书记按照党建和经营工作各 50%的权重考核，各级总经理、副总经理按党建 20%和经营 80%的权重进行考核
队伍建设	✧ 推进“五型”领导班子建设。深入开展党的群众路线教育实践活动和“两学一做”学习教育，践行“三严三实”，坚持中心理论组学习，定期召开民主生活会，认真开展批评与自我批评，深入推进“五型”领导班子创建 ✧ 建设六支人才队伍。建设经营管理、技术研发、销售、党建、内训师、宣传员六支人才队伍建设，已建立了覆盖 1,400 余名员工的人才库。启动管培生计划，首批选拔 26 名，进行重点培养 ✧ 加强干部监督管理。重点抓好考察、任前公示、任职谈话、廉洁谈话、关键岗位领导人员定期交流、年度考核、民主评议、任期审计和离任审计、业绩评价监督、廉洁自律教育十个环节 ✧ 加强基层基础建设作为重点。加强和创新基层党建工作，实施党建精细化管理，建立了更加统一规范的党建思想政治工作制度和体系，出台《北京三元食品股份有限公司党支部标准化建设工作手册》，持续推进“五佳支部争创”活动

思想教育

- ◇ 推进“两学一做”常态化制度化，各级党员干部“四个意识”不断增强
- ◇ 在“两学一做”学习教育活动中，为党员搭建了“三元 e 学坛”在线学习平台，学习时间更加灵活，提高了学习效率



- ◇ 开展“三亮三比三评”活动。结合创建“五佳支部”、“助力三元腾飞，我是党员我奉献”活动及劳动竞赛活动，将“十个一”贯穿活动始终，实现以“三亮”树形象，以“三比”求实效，以“三评”促提升



劳动竞赛

群团共建

- ◇ “爱在三元、携手同心”百名外埠一线员工进京活动



- ◇ 组织“全民健身月”活动



◇ 开展“安全文化月”活动



走进三元

（一） 关于我们

1. 企业简介

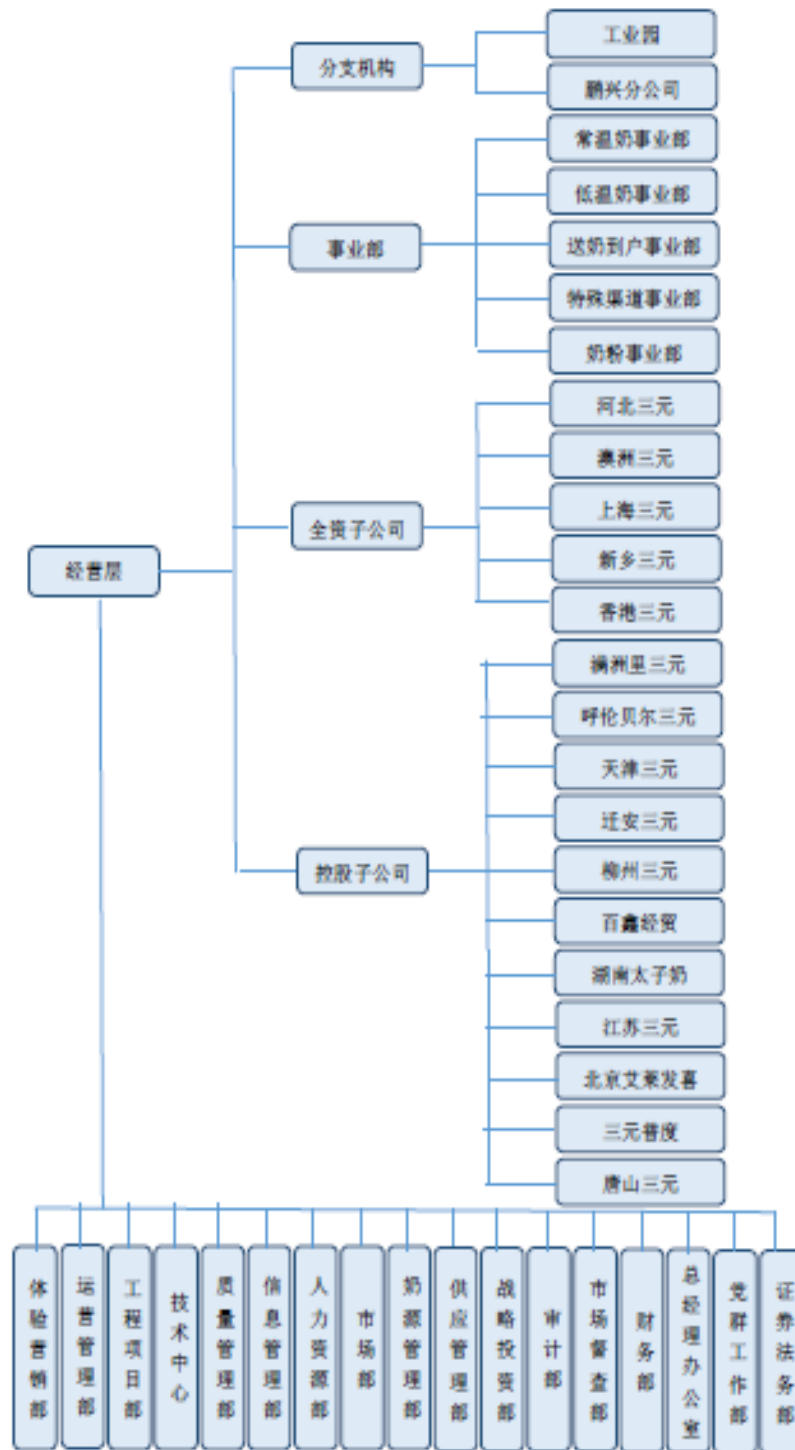
北京三元食品股份有限公司是以奶业为主，兼营麦当劳快餐的中外合资股份制企业。前身是成立于 1956 年的北京市牛奶总站，至今拥有 60 余年历史。

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、干酪及冰淇淋等系列产品。依托首农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，三元奶粉数度蝉联中国婴幼儿奶粉口碑冠军。



三元食品一如既往秉承“质量立市，诚信为本”的经营理念，坚守食品安全底线，以匠心品质铸就民族品牌，以科技创新打造“最”品质的民族乳业，持续为消费者提供安全、营养、健康的乳制品。

2. 组织架构



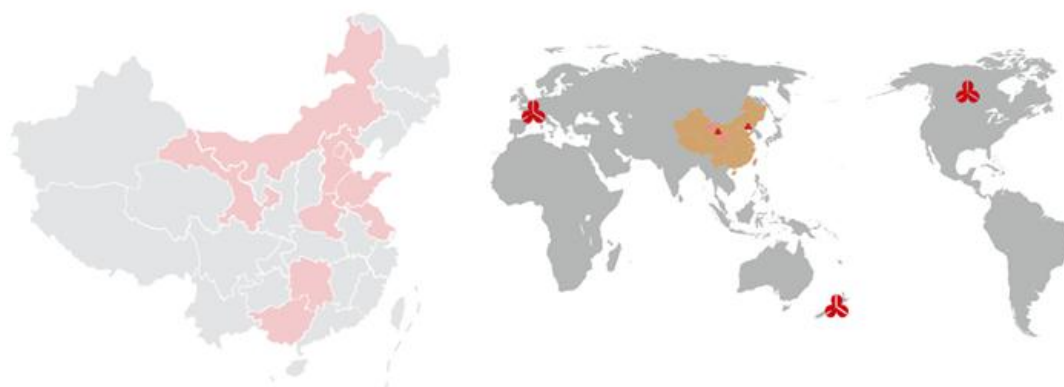
公司组织结构图

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. 产业布局

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。目前已在国内拥有 15 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。



三元国内外产业布局图

（二） 公司治理

1. 守法合规

三元严格遵守国家法律法规，健全合规管理制度，定期举办守法合规培训，提高员工法律意识；印发《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和方式，保障合法运营；与供应商签订《避免商业贿赂的协议》，提高工作透明度，拒绝商业贿赂，共同推进反腐工作科学化和规范化。

2. 风险控制

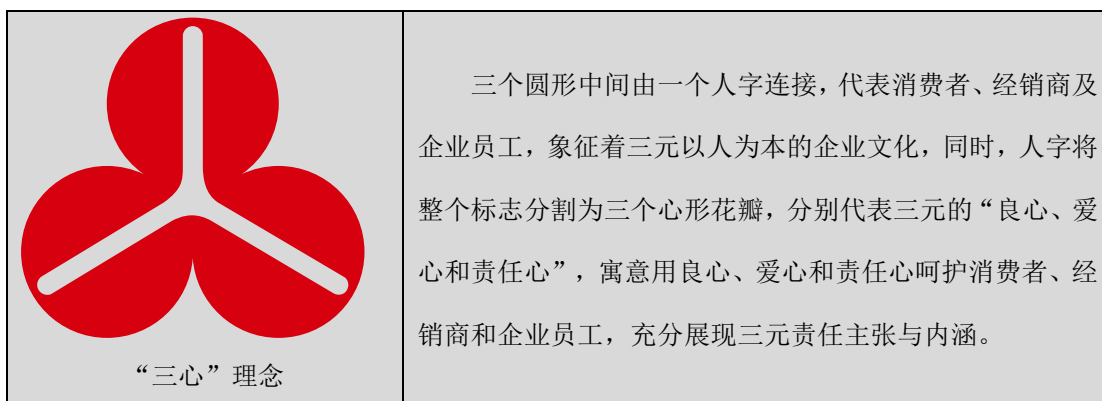
三元高度重视风险防控，提高公司运营规范和安全。制定《风险评估管理制度》《2017 年度风险评估工作实施方案》等规章制度，建立以内控建设、内控评价、内控审计为主要内容的内控管理体系，组织各单位开展年度风险评估，更新 2017 年风险信息清单，确定管控风险点 52 个和十大风险，提高企业内控水平。

（三） 责任管理

1. 责任治理

➤ 责任理念

三元食品始终秉持“良心、爱心、责任心”的社会责任理念，持续推进社会责任工作开展，促进社会责任制度和实践的发展。



➤ 责任组织体系

由公司市场管理部牵头成立社会责任编制小组，各业务部门结合职能定位全面参与并积极推进社会责任报告编制工作。同时支持《中国企业社会责任报告指南 CASS-CSR4.0 之一般框架》的研究与发布，推动社会责任管理工作理论和实践相结合，实现上下联动的社会责任工作机制。

2. 利益相关方沟通

三元高度重视利益相关方沟通，积极畅通与利益相关方的沟通渠道，通过企业微博、官方网站等途径，向利益相关方传递社会责任理念。同时，公司还将利益相关方的意见和建议转化为公司的行动和目标，促进公司可持续发展。

利益相关方	对企业的期望	回应与沟通渠道
股东与投资者	◆ 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	◆ 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	◆ 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	◆ 参与行业标准制定/研讨 ◆ 监管考核 ◆ 主动纳税
消费者	◆ 安全健康的产品 ◆ 畅通的沟通渠道 ◆ 完善的客户服务	◆ 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	◆ 遵守商业道德 ◆ 公平公正公开采购 ◆ 互利共赢，共同发展	◆ 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	◆ 保持密切联系，信息共享 ◆ 开展合作	◆ 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	◆ 保障基本权益 ◆ 促进技能提升及职业发展 ◆ 员工关爱	◆ 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 ◆ 员工职代会等信息沟通 ◆ 员工关爱与帮扶
社区	◆ 关注民生状况 ◆ 投身社会公益 ◆ 服务社区发展	◆ 促进就业 ◆ 带动相关产业发展 ◆ 社会公益活动
环境	◆ 遵守环保法律法规 ◆ 合理利用资源 ◆ 落实节能减排	◆ 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

一、责任·始于品质

（一）牧场质量管理

好牛出好奶。为提高奶牛健康管理水平，三元坚持走自控牧场道路，在国内率先创造“EDTM”奶牛管理体系，改善奶牛饲养条件与环境，建立科学的奶牛保健控制体系，科学调配奶牛营养和健康，稳定牛奶产量和质量，从源头严守牛奶的高品质。



三元自控牧场

案例：EDTM 奶牛饲养管理体系

- **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。

- **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”。

- **TMR**

全混合日粮饲养调控技术。指以全混合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。

- **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。

（二） 生鲜乳验收

为加强奶源质量安全，三元实施生鲜乳安全留样、生鲜乳质量安全员和“双方试饮”制度，提升生鲜乳质量检验控制能力；通过利用具有自主知识产权的生鲜乳乳成分指纹图谱，保证生鲜乳验收的权威性与可靠性。2017 年，北京工业园生鲜乳体细胞数和细菌总数的平均值均低于欧盟标准。

（三） 生产过程把控

三元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，保障产品质量安全。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。2017 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%。

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。通过查看生产现场情况，以便及时发现问题并改进，为产品质量追溯提供依据。

设置红线预警响应机制：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；对所有成品进行每年 2 次的外部第三方检测，依据检测数据结果对生产进行指导。

执行生产加工现场审核：制定《工厂现场审核标准》，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，全方位把控和引导各工厂质量管理方向，提高质量管理水平。

案例：61 年零事故，三元荣膺 2017 年度品牌坚守奖

在由新京报发布的“2017 放心食品寻访”9 大奖项榜单中，经过食品行业权威专家从品

牌培育、研发创新、食品保障等角度评议，三元凭借 61 年“零事故”和对品质矢志不渝的坚守，获得新京报评出的“2017 年度品牌坚守奖”。



案例：三元达标央视史上“最强检测”，当之无愧国粉代表！

央视财经《消费主张》历时半年进行了一次前所未有的国内外奶粉质量大评比。在 9 款国内外知名奶粉比拼中，三元蓝标爱力优婴幼儿配方奶粉作为国粉代表，经受住了这次堪称“史上最严”的检测，在安全和品质上，屹立不倒！



9 款奶粉样品分别送往农业部乳品质量监督检验测试中心和北京出入境检验检疫局检验检疫技术中心等权威机构，对其进行了 52 项指标检测。为了保证这次检测过程的科学和严谨，中国奶业协会和中国农垦乳业联盟作为第三方进行全程监督。

通过一项一项的仔细对比，三元蓝标爱力优婴幼儿配方奶粉表现优异，通过农业部 52 项全方位检测，全部符合我国婴儿配方奶粉的标准！同时，测评人员发现中国的婴儿配方奶

粉标准已成为世界最严格奶粉标准之一，以三元为代表的中国奶粉成就国际一流品质，且更加适合中国宝宝的成长发育。



(四) 科技创新

● 创新管理

三元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，持续加大科研投入，为振兴民族乳业和国人健康贡献力量。公司先后与各重点高校联合培养博士研究生 3 名、硕士研究生 38 名、博士后 8 名。2017 年，公司科研投入资金达 3,461.24 万元。

● 创新平台

三元推进创新平台建设，完善区域创新体系，面向全球集聚创新要素，建设“海外院士专家北京工作站分站”；与政府、高校深入合作，发起成立国家首个“国家乳品健康科技创新联盟”；筹建中国母乳成分研究数据库，专注中国儿童营养膳食健康研究，以科技保障婴幼儿乳粉质量安全，铸就“中国好口碑”，践行“健康中国乳业”的崇高使命。

案例：三元食品发起成立首个“国家乳品健康科技创新联盟”

在国家农业部成立“国家农业科技创新联盟”的推动指导下，2017 年 2 月，三元食品联合 28 家高校、科研院所及企业成立了“国家乳品健康科技创新联盟”，是中国首个乳品行业科技创新联盟，进一步推动了“产、学、研、用”的深度融合。

此次成立的“国家乳品健康科技创新联盟”，汇集了北京大学、中国农业大学、首都儿科研究所、首农集团、量子高科、宝宝树等行业重量级成员，堪称乳业“梦之队”。联盟的成立，开创了以制造企业为核心，以科研成果和临床验证为依据，以科技创新为核心驱动力的“乳品健康产业生态圈”，为提升国人健康，做大做强乳品健康产业开创了全新模式，更

为“国家农业科技创新联盟”增添了新的核心力量。



案例：三元食品获批建立“海外院士专家北京工作站分站”

为充分发挥侨务资源优势，促进北京乳品加工领域的科技创新，2017 年 8 月，三元获批建立“海外院士专家北京工作站分站”。

海外院士专家北京工作站是由国务院侨务办公室和北京市人才工作领导小组合作设立的海外院士专家沟通交流综合服务平台，旨在瞄准全球顶尖侨务资源，创新引才用才服务机制，打造海外院士专家与全球华人创新创业的示范基地。今后，三元将集结海外院士等各方优势，以项目核心为导向，积极展开产学研联合，通过与海外院士专家的优势互补，完成一批优质乳制品项目的成功研发、产生一系列标志性的成果，实现双方携手共赢的共同目标。



● 创新成果

三元以科技创新引领企业发展，将技术创新成果转化推广，用实际行动为“健康中国 2030”做出贡献。2017 年，公司获得北京市科技进步二等奖 1 项、中国食品工业协会特等奖 1 项、首农集团科技进步一等奖 1 项、二等奖 2 项，科研项目共 18 项，申请发明专利 5 项，授权发明专利 2 项。

表：科技创新绩效

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
科技或研发投入	万元	1,453.09	3,093.56	3,461.24
科技工作人员数量	人	45	50	55
新增授权发明专利数	个	3	1	2

案例：三元推出极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶，打造高端牛奶

2017 年 6 月 26 日，中国高端乳品创新高峰论坛暨三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶新品发布会在人民大会堂举行。三元推出最新产品“三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶”。

三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶是一款集结了全产业链优势的高端牛奶，通过生命科学技术将产业链的前端进行细分，用科技驱动让企业迈上新高度。该款牛奶具有“源生、亲和、专属、珍稀”四大优势，让极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶开启了高端牛奶时代。

优势一：三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶中的 A2 β -酪蛋白成分和母乳中的 β -酪蛋白分子结构更为接近，亲和人体；

优势二：A2 β -酪蛋白在消化过程中不会生成 β -酪啡肽-7（BCM-7），不刺激肠胃，更易于人体消化和吸收；

优势三：三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶中每吨仅含约 9 千克 A2 β -酪蛋白，十分珍稀；

优势四：三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶需要建立奶牛血统追溯及基因筛查体系，通过甄选出血统纯正 A2 型奶牛，才能得到珍贵的 A2 β -酪蛋白纯牛奶。

“三元食品的品牌价值在不断攀升，三元用他们的好产品与几代人结下了‘好人缘’。极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶的高端，不仅仅体现三元的高品质，更体现三元的高科技。三元极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶是三元人孜孜以求的科学态度和工匠精神的凝结。”

——中国乳制品工业协会副理事长 刘美菊



（五） 冷链运输

三元不断完善物流管理体系，建立三级质量监控网络，改进和创新物流服务，确保物流运输全程可控。为保障物流配送全程冷链，在北京建立冷藏库，配备符合冷藏要求的运输车辆，每日为 3,000 多个销售中心和网店及时配送质量安全的牛奶，严格规定第三方承运商冷藏设备设施，以进一步保障低温乳制品的品质。

案例：强化低温产品冷链宅配控制

三元低温宅配分为送奶到户事业部的直营模式和电商第三方宅配两种模式，是保障最后一公里冷链运输的重中之重。

“**直营模式**”是公司建立的送奶到户配送队伍，三元及递配有冷藏车、配送中心、奶站、冷库等设施，同时每个奶站配有冰柜、保冷柜、隔温垫、冷链设备车等，有效解决最后一公里点对点的配送。

“**电商第三方宅配**”物流采用合同条款约束其具备冷藏设备设施的要求，保证产品到消费者手中各个环节均得到冷链控制。

（六） 品尝三道关

为保障产品品质和安全，三元采取具有企业特色的“品尝三道关”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

为推进食品安全质量追溯信息化建设，三元制定《产品标识和可追溯性控制程序》，完

善乳制品生产过程监控软件及食品安全追溯管理软件等质量追溯系统软件。建立单位数据中心，推进追溯系统软件与生产和检测设备对接，实现数据信息获取自动化。

案例：三元极致纯牛奶成功通过农垦农产品质量追溯项目验收

2017 年 7 月 14 日，农业部农垦经济发展中心派 5 名专家对三元极致纯牛奶农垦农产品质量追溯项目进行验收工作，此次验收从合同目标完成情况、系统运行情况、资金使用情况 and 项目实施效果等 4 个方面 13 个条款进行审核评价，验收评分为 98 分，得到验收专家的一致好评，顺利通过验收工作。



专题 1：至诚之心，缔造至臻产品

奶酪作为世界范围内公认的健康食品，以其“高钙”和“优质蛋白”的特点，赢得各国人民的青睐。近年来，我国奶酪消费逐渐兴起，对比国内外发展数据，我国奶酪消费至少有十倍以上的增长空间。三元作为奶酪生产的龙头企业，持续在奶酪业务上发力，逐渐丰富零食市场的奶酪产品种类，引领乳业市场消费升级。

三元的奶酪生产实力

- 拥有首个自主加工奶酪生产技术的乳制品企业，改变了我国奶酪依靠进口的历史。
- 1985 年，由三元前身北京东直门乳品厂生产出国内的第一块奶酪，命名为“北京干酪”。
- 2007 年，国内第一条马苏里拉生产线在三元投产。
- 2017 年，国内第一条夸克风味奶酪生产线在北京三元投产。
- 拥有华北地区最大的奶酪生产基地，年产量达 10,000 吨以上。
- 20 多年来一直是麦当劳、肯德基在中国区域最大的奶酪片供应商。



2017 年，三元发布最新一款适合中国儿童健康营养需求的奶酪产品——珍芯芝士。

“珍芯芝士”是一款夸克风味奶酪，历时 4 年研发而成。作为一款专门为中国儿童精心研发设计的“真奶酪”，其特点做到了五大不添加：不含增稠剂、稳定剂、甜味剂、香精和色素，拥有三倍营养，能够有效满足儿童健康需求。

“近年来，我国奶业产业素质明显提升，质量安全水平大幅提升，乳制品消费稳步提升，但也面临着产品供需结构不平衡、产业竞争力不强、消费引导不足等问题。下一步，奶业发展将以消费为引导，把发展奶酪作为突破口，增添奶源基地建设和乳品优化升级新动能，达到奶农增收、企业增效的目标，推动我国由‘奶业大国’向‘奶业强国’的历史性转变。”

——农业部副部长 于康震

二、责任·精于信任

(一) 让股东信任

1. 股东回报

为提升公司管理水平，保障股东利益，三元建立了以《公司章程》为核心的治理结构规章制度体系，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、相互制衡的完整议事、决策、授权、执行的公司治理体系。2017 年，公司共召开董事会会议 11 次、董事会专业委员会会议 9 次、监事会会议 6 次、股东大会 2 次。



公司召开股东大会

2. 投资者沟通

公司的发展离不开投资者的参与和支持，三元高度重视与投资者沟通，深入研究投资者关切的问题，通过接听投资者电话、召开说明会、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。

● 信息披露渠道

三元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，通过公司年报、年度社会责任报告、官方网站等途径，向投资者披露公司经营信息，保障信息披露的透明性和准确性。

（二）让客户信任

1. 提供优质服务

● 客户管理制度

三元以不断满足消费者需要为己任，建立和完善客户管理制度，创新客户服务形式，致力于为消费者提供更满意的服务体验。

● 打造开放工厂

作为首都国企开放日的重要参与单位之一，三元通过制定“定制化”参观方案，积极组织首都市民参观体验，全方位展示现代化的乳品生产加工技术和全过程，让首都市民亲身感受科技创新带给首都国企的新面貌，得到参观者的广泛好评。2017 年，公司参观人数达数万人。



参观现代化工厂



首都国企开放日活动

案例：走进三元工业园之新乐市学校“三元行”

2017 年 12 月 12 日至 15 日，新乐市孝德小学、第二实验学校、以及最小年龄参观团——新乐六一幼儿园近 1,000 名学生在老师的带领下，第一次走进河北三元，近距离了解乳品生产工艺，学习奶牛和牛奶的相关知识。

师生在讲解员的带领下，先后参观企业文化长廊、生产车间、牛奶科普馆、趣味体验馆，现场感受三元文化、了解一杯好牛奶的生产过程，在现场互动环节，孩子们踊跃发言、认真回答，实现寓教于乐的效果。

通过“三元行”活动，孩子们不仅有利于开阔眼界，了解了很多奶牛和乳制品知识，而且有助于培养正确的乳制品饮用习惯。学生们对河北三元现代化、自动化的生产线产生浓厚的兴趣，激发了学习动力，立志要认真学习，长大成为社会有用人才。

**● 消费者教育**

三元在营养宣传、健康普及、消费引导等方面发挥着不可替代的作用，通过开放牛奶科

普馆、免费发放牛奶知识手册、举办“送牛奶与营养知识下乡”等活动，普及牛奶知识，提升公众对食品营养的认知水平，让消费者喝的健康、喝的放心。2017 年，公司获批首批创建“国家食物营养教育示范基地”。



奶牛与牛奶科普动画片



首都牛奶科普馆

案例：三元获批首批创建“国家食物营养教育示范基地”

2017 年 12 月 8 日，由国家食物与营养咨询委员会主办的“2017 健康中国——食物与营养高层研讨会”在北京召开。会上，北京三元食品股份有限公司等 13 家单位首批获批创建“国家食物营养教育示范基地”。国家食物营养教育示范基地以地方政府、高校和科研单位、龙头企业为联合力量试点创建，是我国食物营养工作的途径创新，是落实《国民营养计划》的重大举措。



2. 倾听客户声音

● 客户意见反馈

三元不断拓宽客户沟通渠道，通过网站、客服中心热线、官方微信号和微博等途径收集、汇总、归纳客户反馈意见，为公司管理和决策提供参考依据。

● 客户满意度调查

三元定期组织客户满意度测评，通过客户满意度调查，充分倾听顾客声音，了解产品质量及服务现状，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安心的服务。

● 客户投诉处理

为提供优质和负责任的客户服务，三元制定并完善《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》等售后服务管理制度，成立客户服务中心，专门处理客户投诉和反馈，制定科学规范的客户投诉处理流程，提高接线员专业技能和素养，力求做到及时反馈、及时跟进、及时处理，为公司提升和改进管理提供参考依据。2017 年，客户投诉处理率为 100%。

(三) 让员工信任

1. 员工权益

● 基本权益

三元严格遵守国家劳动法相关法律法规，维护员工合法权益，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。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、带薪年假等假期，保障员工享有合理休息和休假的权利。2017 年，三元员工总数为 8,055 人，社会保险覆盖率达到 100%。

表：2017 年员工绩效表

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
员工总数	人	9,112	7,633	8,055
报告期内吸纳的就业人数	人	606	668	756
员工流失率	%	11.10	9.06	12.1
内部工作环境员工满意度	%	90	92	91.6
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	%	3.50	3.45	3.55
残疾人雇佣率	%	0.81	0.64	0.34
参加工会的员工比例	%	100	100	100

● 民主管理

为保障员工的知情权、参与权、选择权和监督权，三元建立以职代会、党务厂务公开为代表的民主管理体系，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，为员工表达利益提供畅通渠道，创建和谐三元。2017 年，员工参与工会比例为 100%。



三元食品召开第四届十二次职工代表大会暨 2017 年度工作会

2. 员工培训

● 职业培训

三元实施“人才强企”战略，不遗余力培养员工，建立多元化的人才培养模式，助力每一位员工成长与发展。制定和落实《培训管理办法》、《内部培训师管理办法》，为员工培训提供制度保障；加强人才队伍建设，打造高素质人才队伍，已建立覆盖 1,400 余名员工的人才库；启动管培生计划，首批选拔 26 名进行重点培养，为企业未来的发展提供强有力的人力资源保障。2017 年，公司共开展培训 2,553 期，参与达 57,307 人次。



指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
员工培训时长	小时	13,778	18,416	20,392
员工培训人次	人次	45,377	45,350	57,307
员工培训投入	万元	125.68	143.62	157.03

案例：低温奶事业部金牌内训师训练营正式开营

为充分运用和发挥内部培训资源，提高员工综合素质，低温奶事业部将内训师队伍建设作为工作重中之重。2017 年 12 月 21 日，低温奶事业部金牌内训师训练营正式开营。

现场呈现。事业部聘请外部培训教师为内训师们讲授培训需求分析、培训设计、教学实施、教学评估及追踪等方面的内容，加强职业生涯规划，提升自身授课能力。

现场把关。在授课过程中，重点把控心理关、语言关、气场关、把控关等环节教学，让学员爱上这门课程、对所学知识加深印象。

成果展示。通过踊跃回答问题、模拟授课等方式，以小组形式获得积分。在两天课程结束之际，其中“七一团”获得了最佳团队奖，各个小组也选出了最出色的潜力讲师奖。

通过金牌内训师训练营的开营，激发了内部培训师的主动性和积极性，不仅学习了培训相关的知识，也加深了团队之间的凝聚力。



案例：三元食品全面启动管培生销售深耕训练营

为增进管培生对乳品市场竞争环境的认知，深入了解三元销售系统运营状况，2017 年 10 月 18 日，公司人力资源部联合培训学院、低温奶事业部，组建管培生销售深耕训练营，依托魔利互通系统，集中进行为期一个月的终端市场营销培训。

培训聘请了魔利互通公司的负责人作为管培生讲解利用互联网实现传统企业盈利能力大数据管理的系统知识，三元食品总经理陈历俊亲临现场，鼓励管培生要为公司发展、销售提升，注入一股清风，提出建议与策略。通过参观河北石家庄新乐工业园，达到理念与实践相结合的效果，进一步增强了管培生对公司业务的认识 and 了解。

通过切身参与销售管理与终端实战，不仅积累工作阅历与经验，还将进一步拓展管培生未来的职业发展路径。



● 职业发展

三元不断完善人才发展机制，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。

案例：导入卓越绩效管理模式，全员参与质量管理

三元建立全员参与的质量管理架构，从最高管理者总经理到一线操作工，从上到下，全员参与质量管理贯穿始终。通过积极导入卓越绩效管理模式，从“领导、战略、市场、供应、相关方”等方面对公司进行了全方位的客观评价和指导，进一步促进了公司战略的量化、细化以及各级绩效指标的落实，全面推动企业的健康发展和经营管理水平的提升。

在参与北京市政府质量管理奖的评审过程中，公司凭借战略制定更加细化、系统强化产品质量和经营质量的管理、挖掘新的顾客关系和市场环境等荣获了“北京市人民政府质量管理奖”。

案例：深化校企合作，促企业人才战略发展

2017 年 9 月 8 日，《北京农学院与北京三元食品股份有限公司合作协议》签约仪式在三元总部三楼会议室举行。首农集团副总经理、三元食品党委书记、董事长常毅，三元食品总经理陈历俊、北京农学院校长王慧敏、学校办公室系主任杨宝东等相关领导出席签约仪式。



此次与农学院合作，一方面结合公司实际发展需要，为员工提升学历创造平台，并有针对性的规划设计专业课程，提高员工技能；另一方面为大学生建立校外实训基地，为学生提供实训平台，依托农学院的科技、人才和网络资源达到双方共赢。

3. 员工关爱**● 职业健康**

三元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、规章、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。2017 年，三元员工体检及健康档案覆盖率为 100%，全年未发生新增职业病。

表：职业健康绩效

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
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

● 关爱弱势群体

三元重视和关爱员工，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。



公司开展“送温暖”活动



公司领导远赴柳州三元慰问困难职工



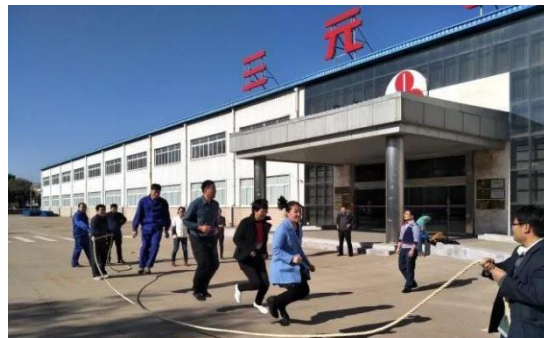
特殊渠道事业部“母亲节”期间举行女职工艺术插花比赛

● 平衡工作生活

为密切员工沟通交流，提高团队凝聚力和向心力，三元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、跳绳比赛、“青春励志行”户外拓展等文体活动，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。



全民健身月活动



迁安三元组织跳绳活动

案例：“穿越湿地，亲近自然” 主题摄影比赛活动

为了迎接“五四青年节”，丰富青年团员业余文化生活，以摄影创作引导青年团员走进大自然，认识湿地、了解湿地，用镜头传递自然之美。2017 年 4 月 14 日，北京三元食品工业园团委特展开南海子公园“穿越湿地，亲近自然”主题摄影比赛活动。



通过此次摄影比赛，青年团员们不仅在湿地公园认识到了许多珍惜动物，也希望通过自己的摄影作品让更多的人参与保护环境、保护我们的大自然，给这些可爱的小动物们一个安全舒适的生活环境，奉献一份爱心。

（四） 让伙伴信任

1. 携手共赢

● 供应商管理

三元不断完善供应商管理体系，制定供应商管理规范文件，严格审查和准入制度，全面提升供应商能力建设，提高供应商质量，推动双方互利共赢。2017 年，公司共开展高风险供应商现场评审 38 家、工厂督查 100 余次、质量体系自查改进 300 余项，产品质量合格率均为 100%。

● 供应商审核

三元始终将“产品生产源头”的把控作为供应商管理工作中的重中之重，并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》等文件对供应商文件准入评价、供应商现场评价等内容进行评估；制定合格供应商《年度评价表》，划分供应商等级，对高风险等级的供应商，引入二方审核的管理方式，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。

● 绿色采购

公司严格遵循公开、公平、公正和诚信原则，与供应商签订质量协议、避免商业贿赂协议等规范性文件，规范供应商行为，推动供应商积极履责。

案例：共同发展 智启未来

2017 年 11 月 30 日，三元参加了山东家家悦集团举行的以“供同发展、智启未来”为主题的 2017 年全球重点供应商大会，来自全球重点供应商代表齐聚一堂，共商合作与发展大计。本次大会围绕智慧零售和打造全球供应链、探讨新形势下的零售发展格局、零供双方如何通过前沿技术运用、探索新的合作方式等内容展开了深入沟通和交流。

2017 年，三元作为常温乳制品的供应商，销量稳步上升。面对消费新变化新升级，三元制定立足山东、走向全国战略方向和目标，做实线下实体门店，从重深度向重广度转变，从“小而美”向“大而强”转变。

未来，三元将继续与山东家家悦集团携手合作，互惠共赢，共同创造更大的成绩和辉煌。

2. 战略合作

三元利用自身优势资源，积极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，为向“大健康产业”的发展战略迈出坚实一步。2017 年，三元食品收购关联方持有的唐山三元食品有限公司 70% 股权，唐山三元与河北工业园一并成为公司婴幼儿配方奶粉生产基地。

案例：响应一带一路，布局西部市场

经过 18 个月的紧张筹备与施工，2017 年 12 月 29 日，甘肃三元乳业新建日处理 500 吨生鲜乳加工项目正式进入试生产阶段。公司新建日处理 500 吨生鲜乳（年产 18 万吨）加工

生产线，占地面积约 150 亩，目前，项目各项主体工程已全部完成。

甘肃三元乳品加工厂作为首农三元积极拓展西北市场、实施全国战略的重要一环。凭借首农三元的品牌优势、技术优势和研发优势，将完善首农三元“饲草种植——奶牛养殖——乳品加工”三位一体的产业链管理新局面，落实自身对全产业链管理的坚持。项目的建成和运营，不仅将成为丝绸之路上新的亮点，更是助力甘肃经济发展的新动能。

“甘肃三元乳业日处理 500 吨生鲜乳加工项目的建成投产，在我市现代农业特别是畜牧业发展史上具有里程碑意义，填补了我市生产高端品牌乳制品的空白，对完善现代农业全产业链、提升产业集群效应等方面起到了积极作用。”

——张掖市市长 黄泽元

“依托三方优势资源建设的甘肃三元乳品加工厂，将有效促进甘肃奶业的发展，对当地乳制品的深加工具有深远的战略意义。相信这一项目的建成，将会成为丝绸之路上的新亮点。”

——北京三元食品股份有限公司总经理 陈历俊

“甘肃三元乳品加工厂项目取得的阶段性成果离不开首农三元的大力配合，更离不开政府的政策支持。双方本着‘优势互补’的原则展开系列合作，未来将依托当地的资源并借助首农三元的技术、品牌、管理、人才来将甘肃三元发展壮大。”

——甘肃黑河水电实业投资有限责任公司董事长 朱兴杰

专题 2：最可爱的三元人

在三元食品至臻品质的背后，有这样一群可爱的三元人，他们在各自的工作岗位上兢兢业业，恪尽职守，为三元食品 60 余年来始终保持品质如一贡献力量。



2017 年按照特殊渠道事业部发展规划，改变销售思路，以贸易业务为部门销售的增长点，刘治均凭借多年在工业奶粉行业积累的经验和人脉，很快打开销路。在与客户打交道的过程中，他十分注重和行业领导及采购部负责人沟通，时刻让客户们感受到三元的重视，建立良好的合作关系。他凭借良好的沟通能力和丰富的销售经验，为奶粉市场开拓和发展做出了重要贡献。

刘治均 三元食品特殊渠道事业部销售 工业奶粉部经理	
 白素琴 三元食品原检验科主任	30 年来，白素琴一直负责乳品的质检工作，是三元品质的“守门员”。为了品尝原料奶，保持味觉的灵敏度，她不能吃荤，只能吃素，为了这项工作她放弃了若干美食。她带领 70 多人的团将检测工作做到了精益求精。 “除了众多的仪器检测外，我们每天还要亲自品尝牛奶样品。自己生产的牛奶，只有自己先喝，才能给消费者喝。”
 张海燕 三元食品导购员	自 2006 年 7 月起，张海燕一直坚守在三元常温奶销售第一线，她积极主动学习产品知识和销售技巧。特别是每一次新品上市的时候，自己先尝试一下新产品，对照产品介绍和构成，把自己品尝后的感受转换成销售语言，介绍给每一位顾客，并在每一次成功销售后及时总结改进。凭借突出的工作业绩，她多次被事业部评为“优秀导购员”。2017 年，张海燕荣获“首都劳动奖章”。 “一个农民工不断努力学习、辛勤劳动才能适应时代。我把每一天作为奋斗前行的开始，积跬步至千里，为三元公司的长远发展贡献自己的微薄之力，这就是我最宏伟的梦。”

三、责任·忠于社会

（一）环境责任

1. 节能减排

● 降低能耗

三元大力推行节能减排，制定能源考核目标和能源管理制度，加强对能源控制程序的监督和考核，改造和研发节能设备，创新节能技术，提高资源循环利用率；从能源生产到消费的各个环节，降低消耗、减少损失和污染物排放、制止浪费，合理有效利用能源。2017 年能源综合消耗总量同比减少 1 万多吨标准煤，万元产值综合能耗同比下降 28.2%，用水总量同比减少了 10 万吨，单位产品水耗同比下降 10%。

节能减排有妙招

- **光伏发电：**利用太阳光建立光伏发电系统，装有电池板 12,460 块。2017 年，实现年发电量 300 万度左右。
- **汰旧换新：**淘汰高耗能的用电设备，更换先进高效的设备，提升用电设备的内部效率。累计更换淘汰高耗能电机 115 台、2 台变压器等。
- **减少损耗：**通过采用更先进科学的维护设备和技术，减少用能设备损耗，降低用能设备的维护成本，从而有效地减少企业的能源消耗支出。
- **节约用电：**加装变频器，通过改变电机的运转速度、软启动等技术手段，达到节电目的；积极利用峰谷电价差，将部分或全部的高峰用电时间，转移到低谷时段。
- **远程监控：**利用计算机远程监控技术，监控用能设备的用能时间、用能状况，分析判断用能设备的运行状况，合理地调度能源负荷，使用能设备长期处于最佳的用能状态，按“所需即所供”的原则科学用能，实现终端用能设备耗能的科学管理和有效利用。
- **加强管理：**通过制定规章制度，开展形式多样的宣传教育活动，增强人们的节能意识。加强现场巡视检查，制止能源浪费现象。

● 减少“三废”

三元制定并严格落实《三元环保管理制度》，加强对废水、废气、固废等污染物的治理，每年定期对环境风险因素进行识别，邀请第三方检测机构对废水、废气、油烟、噪声进行检

测，制定预防措施，防止污染环境事故的发生，确保各种污染物长期稳定达标排放。

减少废水排放：三元各工厂自建污水处理站，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 10 座，日处理污水量达 7,330 吨。截止 2017 年底，新乡三元、柳州三元、太子奶、天津三元、江苏三元、北京工业园、迁安三元污水处理已完成升级改造，配备在线监测系统，各项均达到环保要求。

减少废气排放：三元及各工厂积极对燃煤锅炉进行改造，有效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。2017 年，公司全部淘汰燃煤锅炉，更换使用清洁燃料的燃气锅炉，配备燃气锅炉 20 台，并改造老旧燃气锅炉，减低氮氧化物排放，将锅炉燃烧器更换成低氮燃烧器。

减少废弃物排放：三元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。

表：环保绩效数据表

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
环保总投资	万元	345.37	196	474
环保培训人数	人	360	800	1,000
环保培训时长	小时	120	120	120
废气排放量及减排量	万立方米	7,292.7	9,214.08	4,289
废水排放量及减排量	万吨	59.92	41.59	10
废弃物排放量及减排量	吨	1.22	0.85	1.33
年度新鲜水用水量	吨	1,328,764	1,332,317	1,238,140
污水回收再利用率	%	20	20	26
办公室用水总量	吨	15.4	14.8	12.6

（备注：表格中数据为北京三元工业园环保绩效）

● 建筑节能

河北三元工业园在规划和建设之初，充分考虑环境保护因素，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，落实环保要求，打造环保型厂区，以实际行动为保护当地环境贡献力量。

2. 循环经济

三元积极推行循环经济，充分利用闲置资源及设备，对设备进行技术升级，降低成本费用；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，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。

● 绿色包装

三元在保证产品质量的同时，注意减少产品包装的浪费和污染，实现包装循环利用。与原料供应商签订包装回收协议，送奶到户事业部坚持使用环保玻璃瓶，所用纸箱不覆膜水性印刷，便于纸张的回收利用，提高资源利用效率。

表：送奶到户事业部玻璃瓶使用绩效

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
玻璃瓶使用量	亿瓶	2.32	2.29	2.06

案例：20 年携手唯绿，为食品安全保驾护航

作为全球最大的屋顶包、罐装设备和屋顶包加盖系统供应商，唯绿包装携手新鲜战略合作伙伴三元走过近 20 个春秋，始终围绕“品质与安全”的品牌承诺，以匠人之心不断创造出品质优异的产品，充分贯彻三元对“保障食品安全以及对品质的执着和坚守”的理念。

合作多年以来，唯绿与三元一同遵守并践行绿色环保理念和责任，唯绿承诺新鲜屋原料中超过 70% 的部分来自于经国际森林管理体系认证的可再生森林，纸板生产过程中超过 50% 的能源采用绿色再生能源。并在全球范围宣传推广环保回收及促进回收体系的建立，已有超过 7,000 万家庭做到了“新鲜屋”的回收。

未来，唯绿将继续承诺与三元发展更加紧密的战略合作伙伴关系，为“安全、品质、环保”的乳业生产保驾护航！



唯绿包装商务总监——王松

3. 绿色办公

三元深入践行绿色办公，提高工作效率，将办公资源浪费降低到最低限度。2017 年，三元落实办公信息化和移动化，提升行政办公效率 60%左右；河北三元新乐工业园优化办公网络，加强硬件设施建设，目前 OA、ERP 集成化信息管理系统已广泛应用于日常生产与管理。

4. 环保公益

三元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，助力生态与环境保护。



特殊渠道事业部团支部组织团员青年开展“清洁环境、美化厂区”义务劳动

（二） 安全生产

1. 安全生产管理

三元始终秉承“以人为本、构建和谐企业”的安全发展理念，成立安全生产委员会，强化安全生产组织领导；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；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；落实安全生产“一岗双责”，实现全员参与安全管理体系；加大安全生产投入，提升企业安全生产综合保障能力。2017 年，公司安全生产投入 456.8 万元，实现安全生产“零事故”。

表：2017 年安全生产绩效

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
安全生产投入	万元	423.3	447.7	456.8
安全生产事故数	次	0	0	0

2. 安全隐患排查

为确保公司安全生产平稳发展，三元贯彻落实《北京市生产安全事故隐患排查治理办法》，积极开展企业隐患排查治理“一企一标准、一岗一清单”编制工作，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，确保安全隐患随时发现随时整改。

三元积极落实北京市安全生产委员会文件《关于开展安全隐患大排查、大清理、大整治专项行动的通知》，其中三元鹏兴分公司对违建饮马井 2 号院进行整治清理，共清退饮马井 2 号院 1,200 余人，拆除违章建筑 10,000 余平米，有效消除安全隐患，确保全年安全生产平稳运行。



拆除违建



消除安全隐患



12 月 10 日，乳品四厂拆除可燃性彩钢板房 5 处，共 176 平米



2 月 13 日，三元食品安委会执行小组查封鲜运畅达物流公司宿舍 11 间

3. 安全生产培训

三元注重强化员工安全培训，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。

表：公司安全培训绩效

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
安全培训人数	人	16,044	9,527	15,694



2017 年 6 月瀛海工业园开展为期 2 周的全员安全培训，培训人数 1,306 人



总部高管及各单位安全管理人员共有 81 人通过笔试，获得《安全生产培训合格证书》



低温、常温奶事业部联合消防安全培训

案例：交通安全大课堂

2017 年 10 月 10 日、11 日，三元食品开展了为期两天的交通安全理论及实操培训，邀请柳实教授，共有 126 位专兼职司机参与本次培训。通过本次培训大大提高了驾驶员在道路行驶中遇到突发事件的应急处理能力。



（三） 公益责任

1. 公益理念

作为有着 60 年悠久历史的乳业品牌，三元始终以“良心、爱心、责任心”为企业核心价值观，发挥主业优势，用实际行动奉献温暖与关爱，推动精准健康扶贫项目。

2. 公益行动

● 灾害救助

三元始终奉献在公益的第一线，连续向汶川地震、玉树地震、九寨沟地震等灾区捐赠数千万物资，为受灾地区人民送去营养和健康。

案例：星夜驰援九寨沟震区

2017 年 08 月 08 日 21 时 19 分，四川阿坝州九寨沟县发生 7.0 级地震，地震灾情连动着全国人民的心，也牵连着三元人的心。21 点 30 分三元食品与当地政府取得联系，组织捐赠小组，连夜调集三元爱力优婴幼儿配方乳粉及其他食品物品第一时间紧急开赴灾区，为灾区的宝宝们提供科学优质的营养补给。在快速响应之后，三元食品持续跟进四川九寨沟地震灾区情况，用实际行动为灾区送去营养和关怀。



● 关注青少年健康

➤ 中国小康牛奶行动

三元积极参与农业部组织的“中国小康牛奶行动”，守护青少年健康成长，已累计为

15 个贫困县数万名青少年捐赠学生奶和奶粉；承办首届全国牛奶与健康知识竞赛，普及乳品科学知识，为宣传我国奶业发展成效，引导增加牛奶消费，营造奶业发展的良好社会氛围。

案例：“首届全国牛奶与健康知识竞赛”在京启动

2017 年 4 月 19 日，由农业部倡导、中国奶业协会主办、北京三元食品股份有限公司承办的首届全国牛奶与健康知识竞赛在京启动，这是农业部“中国小康牛奶行动”的系列活动之一，旨在通过开展广泛的公益的牛奶知识竞赛形式，普及乳品知识，宣传我国奶业发展成效，引导增加牛奶消费，营造奶业发展的良好社会氛围。



➤ 三元亲子万里行

三元亲子万里行以“亲子互动、运动体验”为特色，精心设计亲子互动游戏，并将专业的婴幼儿营养课堂带到活动现场，普及儿童营养健康知识，让儿童与家长一同成长。目前，三元亲子万里行已累计走过全国 200 多个城市，为数千万个家庭带来了亲子乐趣及美好的回忆。



走进江西丰城



走进四川内江

➤ “芝士”就是力量

为推动奶业发展与青少年健康成长相融合，三元推出“‘芝士’就是力量”奶酪校园推广活动，通过让青少年养成吃奶酪、勤锻炼的习惯，提高身体素质，促进足球等体育运动的发展。未来，奶酪的校园推广活动将覆盖北京 16 个区、县中小学校园，1,000 支青少年校园足球队，全年持续性开展 5,000 场足球赛事，将覆盖 102 万名中小学师生，并将以北京市市场为样本逐步推广至全国。



● 社区关爱

三元积极融入当地社区，为社区和谐美好贡献一份力量。传承爱军拥军传统，开展军民共建活动，连续 17 年为老红军送去营养健康；弘扬尊老爱幼美德，关爱和慰问孤寡老人，送去生活物资和精神慰藉，共建和谐社区。



低温奶事业部部分党员、团员代表开展“情暖夕阳，让爱回家”活动

案例：热血报国营养护航，赴沙共筑强国梦

军民鱼水一家亲，心系国防献真情。2017 年 7 月 30 日，北京三元食品股份有限公司党委副书记唐燕平和特殊渠道事业部总经理李新胜带着公司员工的深情厚谊，不远万里来到祖国最南端、最艰苦的南航部队和三沙永兴岛，慰问驻岛官兵。

此次慰问活动，三元食品为将士们带来了极致 A2 β -酪蛋白纯牛奶等多款优质的产品，帮助他们更好的补充营养，感谢他们将青春无私奉献给这片高热、高盐、高湿的土地。

未来，三元将更广泛深入开展军民共建活动，将人民的好牛奶与拥军爱军的企业文化相结合，持续巩固和发展军政军民“同呼吸、共命运、心连心”的大好局面。

**3. 精准扶贫**

三元积极落实国家精准扶贫号召，发挥行业优势。在河南、海南、贵州、河北、湖北等地为数万名青少年捐赠学生奶和奶粉；联合河南省新乡市开展教育精准扶贫“春雨行动”暨新乡市教育基金“三元学生饮用奶”捐赠活动，惠及濮阳、新乡、原阳、封丘等学校；为海南琼州中学女足队赞助日常饮用奶。2017 年，三元在河北、湖北、广西等省份的 12 个县（市）持续开展“精准健康扶贫”活动。

案例：三元学生奶助力河南贫困学生健康成长

2017 年 4 月 18 日，由河南省畜牧局、河南省奶业协会主办的河南省“健康中原-牛奶伴您行”奶业公益行动启动仪式暨牛奶助学捐赠活动正式开幕。该活动旨在扩大奶业宣传、推动河南乳业发展、加强学生饮用奶推广，全面提升青少年及全民体质。

三元食品在此次活动中，向河南省贫困地区捐赠的学生奶将全部用于贫困学生的营养改善，保障贫困学生健康成长，为促进中国贫困地区儿童营养水平提升贡献一份力量。



专题 3：有爱，有缘，有三元

三元的品牌内涵是“良心、爱心、责任心”，与品牌口号“有爱、有缘、有三元”相互呼应。有良心才能有爱，有爱心才能结缘，负责任才能成就三元。

“在新乐越来越多的家庭为宝宝选择三元奶粉。三元奶粉在坚持向中国宝宝提供优质产品和服务的同时，一直坚持投身社会公益事业，在我们新乐市场上形成鲜明的社会美誉度，树立了国产奶粉好品质的社会担当。做为经销商，极大的鼓舞了我们努力经营的信心！谢谢三元奶粉！”

——三元奶粉经销商

“‘三元贫困家庭多胞胎援助计划’缓解了多胞胎家庭的经济困难，同时向多胞胎家庭免费提供育婴知识咨询，定期回访被赞助家庭，关注多胞胎婴幼儿身体发育情况，扩大了三元奶粉在新乐市场的美誉度，为我们销售三元奶粉加足了信心！”

——三元奶粉经销商

“带娃不易，多胞胎家庭尤其不易。三元在得知情况后，免费赞助奶粉，缓解了我们的经济压力，感谢三元奶粉雪中送炭，我们愿意为三元奶粉做免费的形象代言人！”

——“三元贫困家庭多胞胎援助计划”公益活动受助人员

数说 2017

指标	单位	2015 年	2016 年	2017 年
经济绩效				
纳税总额	亿元	2.33	3.09	2.62
营业收入	亿元	45.50	58.54	61.21
社会绩效				
员工总数	人	9,112	7,633	8,055
报告期内吸纳的就业人数	人	606	668	756
员工流失率	%	11.10	9.06	12.1
内部工作环境员工满意度	%	90	92	91.6
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	%	3.50	3.45	3.55
残疾人雇佣率	%	0.81	0.64	0.34
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
年度新增职业病数	个	0	0	0
科技或研发投入	万元	1,453.09	3,093.56	3,461.24
科技工作人员数量	人	45	50	55
新增授权发明专利数	个	3	1	2
客户投诉率	%	100	100	100
员工培训时长	小时	13,778	18,416	20,392
员工培训人次	人次	45,377	45,350	57,307
员工培训投入	万元	125.68	143.62	157.03
安全生产投入	万元	423.3	447.7	456.8
安全生产事故数	次	0	0	0
安全培训人数	人	16,044	9,527	15,694
环境绩效				
环保总投资	万元	345.37	196	474
环保培训人数	人	360	800	1,000
环保培训时长	小时	120	120	120
废气排放量及减排量	万立方米	7,292.7	9,214.08	4,289
废水排放量及减排量	万吨	59.92	41.59	10
废弃物排放量及减排量	吨	1.22	0.85	1.33
年度新鲜水用水量	吨	1,328,764	1,332,317	1,238,140
污水回收再利用率	%	20	20	26
办公室用水总量	吨	15.4	14.8	12.6
玻璃瓶使用量	亿瓶	2.32	2.29	2.06

荣誉 2017

- 2017 年 1 月，三元食品荣获中国社会责任百人论坛颁发的“责任产品奖”
- 2017 年 2 月，三元食品荣获中国奶业协会颁发的《中国学生奶饮用企业》证书
- 2017 年 3 月，三元食品在“2017 中国食品行业诚信建设峰会暨中国食品口碑榜发布仪式”上荣获“最受消费者信赖的十大乳制品品牌”
- 2017 年 4 月，三元食品在“第四届中国品牌口碑年会”上以总评第一的成绩蝉联《中国婴幼儿奶粉品牌口碑研究报告》
- 2017 年 5 月，三元食品荣获中国烹饪协会颁发的“中国餐饮 30 年优秀伙伴奖”
- 2017 年 7 月，三元食品在“2017 中国（北京）国际妇女儿童产业博览会”上荣获“优秀品牌奖”，旗下产品三元爱力优奶粉、三元轻能优酪乳斩获“妇儿博览会消费者好口碑”奖项，三元布朗旋烧酸奶、三元极致有机鲜牛奶斩获“妇儿博览会质量金奖”



- 2017 年 8 月，三元食品“舒释系列婴幼儿配方奶粉的研究与开发”项目获得“中国乳业协会科技进步三等奖”
- 2017 年 11 月，三元食品被中央精神文明建设指导委员会授予“全国文明单位”
- 2017 年 11 月，三元食品荣获凤凰网颁发的“最佳原生营销奖”
- 2017 年 11 月，三元食品荣获中国社会责任百人论坛、责任云社会机构颁发的“2016 年企业社会责任报告证书”
- 2017 年 12 月，三元食品荣获中国烹饪协会颁发的“2017 中国餐饮采供节贡献奖”
- 2017 年 12 月，三元食品荣获中国乳制品工业协会颁发的“2017 年中国乳业领军品牌”



未来展望

60 余年，三元食品始终初心不忘，坚持品质如一。2018 年，三元食品将继续坚持品质为先，加强与相关方沟通，实现互信共赢，并积极履行社会责任，做民族乳业担当。

品质为先。三元食品将继续秉持产品质量为“立企之本，生存之道”的发展理念，坚守品质底线，立足全产业链，坚持高标准管理，加大创新研发投入，加强风险评估与预防，以匠人精神专注乳业，持续为消费者提供更安全、更健康的产品。

互信共赢。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，赢得相关方信任。定期与投资者沟通，持续为股东创造价值；打造至臻产品，为客户提供优质服务；提供发展平台，与员工共同成长；实现强强联合，与合作伙伴携手共赢，三元食品将持续推进全产业链相关方共同提升、共同成长，共享成绩。

坚守责任。三元食品将继续传承“良心、爱心、责任心”的“三心”文化，主动承担乳品企业的社会责任，继续关注贫困山区儿童的营养健康问题，持续推进精准健康扶贫；坚持为在京的老红军战士无偿提供营养支持，持续开展公益活动，打造具有温度的民族品牌。

未来，三元食品也将继续在保障食品安全与营养、优化客户服务、支持员工成长发展、践行公益慈善等领域积极履责，用品质坚守诠释国粉品牌。

附录

指标索引

目录		中国企业社会责任报告编写指南 (CASS-CSR3.0)	页码
关于本报告			
董事长致辞			
责任专题：不忘初心，砥砺前行			
走进三元	关于我们		
	公司治理		
	责任管理		
责任·始于品质	牧场质量管理		
	生鲜乳验收		
	生产过程把控		
	科技创新		
	冷链运输		
	品尝三道关		
	食品可追溯		
责任·精于信任	让股东信任		
	让客户信任		
	让员工信任		
	让伙伴信任		
责任·忠于社会	环境责任		
	安全生产		
	公益责任		
数说 2017			
荣誉 2017			
未来展望			
附录	指标索引		
	评级报告		
	意见反馈		

评级报告

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四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？