

北京三元食品股份有限公司

2020 社会责任报告



目录

关于本报告.....	1
领导致辞.....	3
聚焦一：推进供给侧改革，开创乳业新生态.....	4
聚焦二：齐心战“疫”保供，坚守营养保障.....	6
走进三元.....	9
(一) 企业简介.....	9
(二) 公司治理.....	10
(三) 加强党建.....	11
一、铸品质·续写匠心传承.....	14
(一) 强化奶源管理.....	14
(二) 严控产品质量.....	16
(三) 科技创新.....	17
(四) 冷链运输.....	21
(五) 品尝三道关.....	22
(六) 食品可追溯.....	22
专题：匠心坚守品质，打造民族乳业发展新高地.....	22
二、塑价值·共享发展成果.....	25
(一) 创造股东价值.....	25
(二) 优化客户服务.....	26
(三) 合作伙伴共赢.....	27
(四) 促进员工成长.....	29
专题：凝聚品牌力量，促进消费升级.....	34
三、重担当·建设美好家园.....	37
(一) 保障安全生产.....	37
(二) 践行绿色发展.....	39
(三) 传递健康理念.....	42
(四) 共建和谐社区.....	45
专题：三元学生奶，助力健康中国.....	47
社会责任管理.....	49
(一) 责任组织.....	49
(二) 责任融合.....	49
(三) 责任沟通.....	51
未来展望.....	53
责任荣誉.....	54
附录.....	56
(一) 关键绩效.....	56
(二) 指标索引.....	58
(三) 评级报告.....	59
(四) 意见反馈.....	60

关于本报告

■ 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 7 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

2020 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

青松寒不落，碧海阔逾澄。2020 年是新中国历史上极不平凡的一年，面对复杂的形势环境和新冠肺炎疫情的严峻挑战，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导，在党中央和北京市委市政府、市国资委的领导下，迎难而上、拼搏奋斗，稳步推进高质量发展，为打赢疫情防控阻击战、决胜全面小康、稳定经济社会贡献智慧和力量。

务实创新，推进持续发展。我们围绕乳品安全与健康保障，持续加强创新管理，加强科研人才队伍建设，搭建科创平台，推进科技创新与产品升级，为保障国民健康积极贡献力量。2020 年，三元食品荣获中国食品工业协会科学技术特等奖、中国食品科学技术学会科技创新一等奖等多个奖项。不断提升创新能力和水平，为公司高质量可持续发展筑牢根基。

品牌引领，促进消费升级。我们顺应消费升级趋势，积极推进消费升级，主动探索和创新品牌营销新模式，发起三元品牌焕新战役，并以数字化工具重塑零售生态，努力将品牌建设打造为推进企业发展的强大驱动力。2020 年，三元食品在《中国 500 最具价值品牌》榜单中，以 328.26 亿元的品牌价值，位列中国品牌 500 强第 199 位，实现连续多年品牌价值高增长，企业竞争力和市场影响力不断提升。

勇于担当，永葆纯粹初心。我们牢记首都国企的使命担当，秉承“良心、爱心、责任心”的责任理念，积极回馈社会，增进民生福祉。新冠疫情暴发后，三元食品积极为抗疫一线的医护人员提供营养和物资支持，同时严密防控疫情，全力保障生产，切实落实“六稳六保”；坚持以“健康国人”为己任，倡导和引领健康消费，为国人营养健康保驾护航，以实际行动践行负责任的乳企担当。

新蓝图前景美好，新征程催人奋进。站在新的历史起点，三元食品将继续深化体制机制变革，以科技创新为根本动力，以品牌建设为价值引领，矢志不移履行社会责任，努力为实现人民对美好生活的追求、构建双循环的新发展格局作出更大贡献。

——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副董事长、总经理 张学庆

聚焦一：推进供给侧改革，开创乳业新生态

2020 年，是“十三五”规划收官之年，也是三元食品推进高质量发展的关键之年。三元食品作为中国乳业的标杆企业之一，在“十三五”期间发挥重要作用，依托自身产业优势，促进优化农业生产结构和区域布局，助力产业链和价值链建设，深入推进供给侧结构性改革。

■ 打造乳业健康产业生态圈

“十三五”期间，国家提出一系列加快推进农业供给侧结构性改革的意见。三元食品深入贯彻落实国家方针政策，汇集乳业产业链上代表行业领先水平的国内外权威组织机构，共同发起成立“国家乳品健康科技创新联盟”，成为在国家农业农村部指导下中国首个乳品行业的科技创新联盟。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全新模式，更为“国家农业科技创新联盟”增添新的核心力量。同时，联盟以乳品企业为龙头，聚集产业链上下游优势创新资源，共同探索乳品产业科技发展新组织模式的管理与运行机制，努力突破我国乳品产业，特别是婴幼儿配方乳粉领域的技术瓶颈，提升国产乳制品的市场竞争力，贯彻中央“把乳业做强做优”的指示，推动中国从乳业大国向乳业强国转变升级。



■ 科技创新缔造营养健康

三元食品充分发挥全产业链优势，对各个环节实行严苛的管理和检验，通过标准化、体系化建设和科研开发，确保产品品质安全并不断进行创新。同时，依托“国家乳品健康科技创新联盟”，积极构建与完善中国人健康母乳与乳品营养数据库、开展营养功能型乳制品与功能配料工程技术及装备研究、进行健康乳制品临床功效评价与个性化营养设计与制造、乳制品营养与加工信息化关键技术研究及装备研发等，助力突破我国乳制品加工核心配料、装备及产业化技术瓶颈，开发适于我国人群营养特点的新型产品，形成相关产品与制造标准，

提升产品安全与健康水平，并通过搭建乳品加工与消费者互动平台，推进供给侧改革，使之符合消费者需求，全面提高乳业供给体系质量和效率。



■ 打造国产优质产品

在国家科技部和北京市科委支持下，三元食品筹建“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”，创新中国母乳模拟开发技术体系，开展中国母乳与婴幼儿配方奶粉临床喂养对比队列研究，在实现国产婴幼儿配方奶粉的自主研发与产业化方面取得阶段性突破成果。三元食品承担的“三元爱力优母乳模拟与临床验证项目”已顺利通过北京市科委验收，成为行业内首家通过母乳研究与临床验证的企业。同时，三元对外公开发布了中国母乳数据库，为细分化和功能化婴幼儿配方产品提供科学依据。

聚焦二：齐心战“疫”保供，坚守营养保障

2020 年春节，新型冠状病毒肺炎疫情牵动着全国人民的心。三元食品迅速行动，切实落实企业主体责任，第一时间成立疫情防控工作领导小组，抓好公司疫情防控工作，与国人携手共抗疫情，坚决打赢疫情防控阻击战。

■ 坚守岗位，确保严密防控

面对突如其来的疫情，三元食品全国各地工厂积极响应，各岗位职工坚守一线，众志成城，共抗疫情。公司紧急启动防护措施，在确保员工健康和工厂安全稳定的前提下，为国人不间断提供优质的乳制品。

公司子公司新乡市三元食品有限公司积极落实疫情防控工作部署要求，组织员工认识和防范新型冠状病毒肺炎疫情，加强安全卫生防疫工作，及时做好员工个人防护和家庭成员的防护。山东三元乳业有限公司（“山东三元”）积极落实领导责任，强化人员管控，加强食堂卫生管理，同时持续做好生产经营与工作场所的通风、消毒等工作。河北三元食品有限公司（“河北三元”）采取各项措施全面开展疫情防控，坚持每日监测企业人员健康状况，工作期间严格要求佩戴口罩，对各区域严格消毒，减少疫情传播风险。



■ 驰援一线，助力抗击疫情

三元食品为坚守在疫情一线的医护人员提供优质奶产品，保障医护人员的健康营养，以实际行动全力支持抗疫工作。自 2020 年 2 月起，公司陆续向北京 3 家收治新冠肺炎患者的定点医院、2 家急救中心以及 14 家设有发热门诊的医院医护人员送去牛奶表示慰问，并为北京援鄂医疗队精心送上全年新鲜高品质的鲜牛奶，帮助他们补充身体营养。

2 月 24 日以来，三元食品经过多方协调，为雷神山医院的医护人员以及来自北京、天津、青海等地的援鄂医疗队医护人员送去三元牛奶，助力武汉、湖北抗击疫情。除捐赠奶产品以外，公司还联合复星基金会向一线医护人员捐赠口罩、防护服等紧俏防疫物资，为负重

前行的医护人员提供营养和物资双重支持。



■ 保价保质，稳定市场供应

疫情防控期间，三元食品在保障产品安全健康的前提下，坚持不间断生产，保证人民疫情期间的的生活物资供应，并许下庄严承诺：疫情防控期间保障防疫用品、重要民生商品价格不涨、质量不降、供应不断，众志成城，同全国人民一道，坚决打赢疫情防控阻击战。

保价格，三元食品主动承担起企业社会责任，商品价格公开透明，增强人民群众战胜疫情的信心；保质量，三元食品在加大生产的同时，严把产品质量关，确保产品质量不因疫情而下降，让人民喝的放心；保供应，三元食品根据市场实际需求，加快恢复产能，发挥线上线下相结合的优势，畅通物流运输，严抓生产经营场所的消毒和从业人员的安全防护，确保产品安全和供应稳定。



■ 贴心服务，便利民众生活

疫情期间，为解决各个社区严格管控下的送奶到户问题，三元食品经过多方协调和沟通，制定应对方案，除了配合小区防护措施外，同时加强对送奶工作人员的健康管理，通过统一备案、“一人一证”、采取全程“无接触式配送”（即调整配送时间，将原来早晚两次的送奶时间调整缩减为凌晨时段，最大程度避免送奶工与居民产生接触）等措施，让消费者无后

顾之忧，喝到放心奶。三元食品到户业务在承担“最后一公里”配送使命的同时，联合裕农推出“送奶又送菜、新鲜在门外”的销售模式，为满足市民的日常生活需求提供了极大的便利。三元食品这些便民保障工作受到中央电视台、北京电视台等多家媒体的关注，并被多次报道，各大媒体纷纷给予肯定和高度赞扬。



北京电视台《向前一步》栏目对“进小区送奶难问题”进行专题报道

走进三元

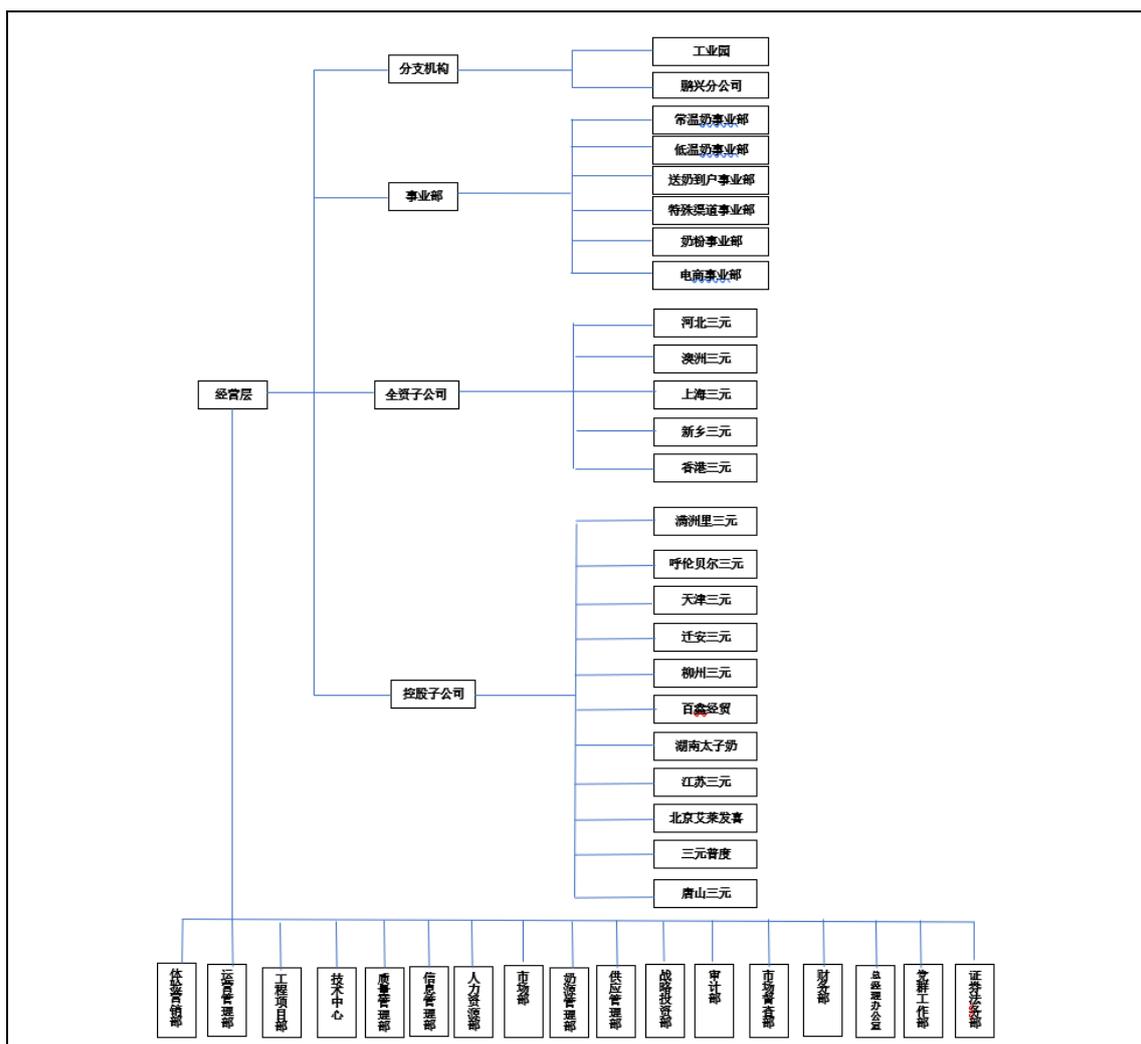
(一) 企业简介

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

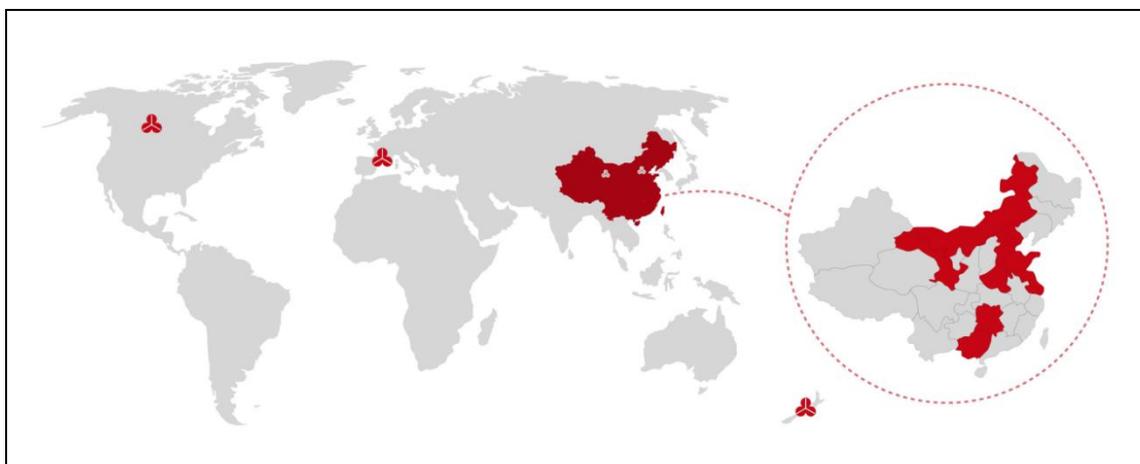


2. 企业文化

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

三元食品坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的十九大精神为指导, 在公司法治建设领导小组的领导下, 进一步加强公司法治建设工作力度, 开展合规管理试点工作, 确保公司依法合规经营, 防范重大风险, 为推动公司高质量发展提供充分法治保障。

2020 年, 公司总法律顾问制度取得实质进展, 总法律顾问正式到岗, 且总法律顾问履职相关内容已经纳入公司《章程》。同时, 公司启动合规管理体系建设试点工作, 全面评估和提升公司合规管理水平, 进一步加强法治人才队伍建设, 提高法务人员专业化、职业化水平, 并积极开展普法宣传教育和法治文化培育活动, 全面推进公司合规管理体系建设工作的顺利开展。

2. 风险管控

三元食品组织公司总部全范围进行内外部风险信息收集, 经过筛选提炼、对比分类, 形成公

司 2020 年度风险信息清单，并制定年度风险评估工作实施方案。通过对风险评估结果的排序，确定公司年度十大风险并制定相应的风险应对措施，形成年度风险评估报告。对各项风险进行分析，明确关键风险控制点，从职责权限、制度规范、流程控制等方面制定对应风险管理措施，有效降低运营过程中风险发生的可能性，提高公司风险管理和风险防范能力。2020 年，公司聘请北京市属国企内控体系建设资深顾问，采取“现场+视频”的培训方式，进一步提高全体员工对内控工作的理解和对风险的防范意识。

（三）加强党建

三元食品扎实推进党的领导与公司治理有机统一。2020 年，公司积极落实全面从严治党主体责任重点任务清单及党建、党风廉政、意识形态各项工作要点，细化分解任务，压紧压实责任，推动党建精细化管理，构建大党建工作机制。

1. 思想建设

为不断提升党员学习活力，公司积极组织线上、线下相结合的党员学习活动，共组织中心组学习 8 次，其中自学 3 次、集中学习 5 次，先后专题学习了习近平总书记对新型冠状病毒肺炎疫情作出的重要指示精神、在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的重要讲话精神以及《党委（党组）落实全面从严治党主体责任规定》等。



参加《中国共产党国有企业基层组织工作条例（试行）》视频学习会

2. 组织建设

公司不断加强组织建设，打造忠诚、有担当的干部队伍，发挥基层党组织的战斗堡垒作用，强化党支部规范化建设，提升基层党组织的管理能力、服务能力和影响力，进一步激发广大党员的干事创业热情，为落实公司创新发展、提质增效贡献力量。

2020 年三元食品组织建设行动

试用期考核	对 10 名干部开展了试用期考核测评，在京领导、中层及相关职工共 58 人
-------	---------------------------------------

测评	参加了测评
领导班子和领导干部考核	对公司领导班子及 2019 年度新提拔的中层正职干部及公司选人用人进行了民主测评
七一评优评先	集团荣誉体系评选中上报红旗班组 3 个、销售能手 3 人、首农工匠 1 人、优秀企业经营管理者 1 人、优秀科技工作者 2 人
纪念建党 99 周年系列活动	各单位党员、团员、积极分子及时开展学习，党员面对党旗，重温入党誓词；党组织书记结合实际讲党课、回顾党的奋斗历史，并通过开展知识竞赛，促进广大党员学党章、忆党史、守党规、强党性；发展新党员 16 名



重温入党誓词



支部规范化建设督查

3. 纪律建设

公司全面落实纪律建设，签订党风廉政责任书，制定《落实全面从严治党（党建）主体责任重点任务清单》，明确分工，建立公司领导班子成员党风廉政建设及经济工作督导联系点，压实两个责任；开展新冠病毒防控专项监督工作，做好接诉即办监督、扶贫专项监督工作；组织好全面从严治党专项检查、党风廉政专项检查；开展好两个专项检查，包括对巡视央企发现问题自查自纠工作以及全系统规划自然资源领域突出问题专项清理整治工作，成立小组，制定方案，梳理问题清单，建立工作台账，切实抓好自纠自查和整改。

4. 文化建设

公司层层压实责任，确保意识形态安全，签订《意识形态工作责任书》、制定下发《意识形态工作要点》，细化意识形态各项工作任务，指导全年意识形态工作。组织意识形态工作相关负责人参加集团召开的 2020 年一季度意识形态工作通报会，认真贯彻落实会议精神，压紧压实意识形态工作责任制。疫情期间，启动“战疫情专题报道”，《三元食品报》出版

16 期，公众号平台连续推送公司防疫新闻 320 余篇，简报 117 期，坚持正确导向，凝聚抗击疫情的强大正能量。



三元食品抗疫情简报

“文化三元”公众号开展专题报道

5. 群团建设

公司持续构建四个“三位一体”职工服务体系，打造青年工作五大工程，发挥好群团组织的桥梁纽带作用，提升企业凝聚力。



举办新春团拜会

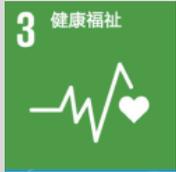


五一劳动节慰问常温奶、低温奶销售导购



开展青年大学习活动

一、铸品质·续写匠心传承

<p>➤ 我们与 SDGs</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：3532.74 万元 ■ 科研人员数量：71 人 ■ 新增授权发明专利数：1 项

（一）强化奶源管理

奶源质量安全是关乎到产品质量安全的第一关口。三元食品高度重视奶源管理，持续推行“奶源牧场化、牧场标准化、标准信息化、信息系统化、系统网络化、网络云共享”的奶源升级规划，通过提升牧场质量管理，加强原料奶验收等，保障奶源质量安全。

1. 牧场质量管理

公司十分重视对牧场建设、运营和奶牛养殖的过程管理，将牧场管理过程中的关键环节、牧场建设和奶牛管理等方面纳入到计价体系中进行考核，指导和鼓励牧场通过科学、规范的管理和运营过程生产出安全的高质量生鲜乳。

精选优质品种。立足“好牛出好奶”的理念，通过选择遗传素质最优秀的奶牛品种，进行科学繁育和喂养，保证以优秀的奶牛遗传种质，实现优质高产，保障生鲜乳质量安全。

完善培育体系。对奶牛进行分阶段分群饲养，一方面注重后备奶牛培育，一方面注重干奶牛饲养，保证饲养过程符合奶牛的生长发育规律，保障奶牛的终生健康。

提高奶牛福利。舒适的奶牛生活环境能有效减少奶牛应激发生，从而稳定奶牛的产量和质量。通过改善奶牛饲养条件与环境、建立科学的奶牛保健控制体系、采取奶牛场粪污处理技术等，提高奶牛生活环境的舒适度，减少奶牛疾病的发生。

科学饲养用药。优质安全的饲料和科学合理使用兽药是牛奶质量安全的重要保障。公司自有牛场实行统一管理，大部分牛场实现了 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，确保所交售生鲜乳的质量安全。

打造信息平台。公司开发建立了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，真正将生鲜乳质量安全管理前移，确保奶源质量安全。

案例：柳州三元下辖牛场开展头胎牛体型乳用性能鉴定

每年年末，柳州三元下辖鹧鸪江牛奶场都要对头胎牛进行体型乳用特征评分鉴定，筛选出标准体形的奶牛以更好适应机械化挤奶和高效益生产管理的需求，提高奶牛群价值，并为下一代留种提供改良方向，最终提高奶牛单产，降低生产成本，提高企业效益。

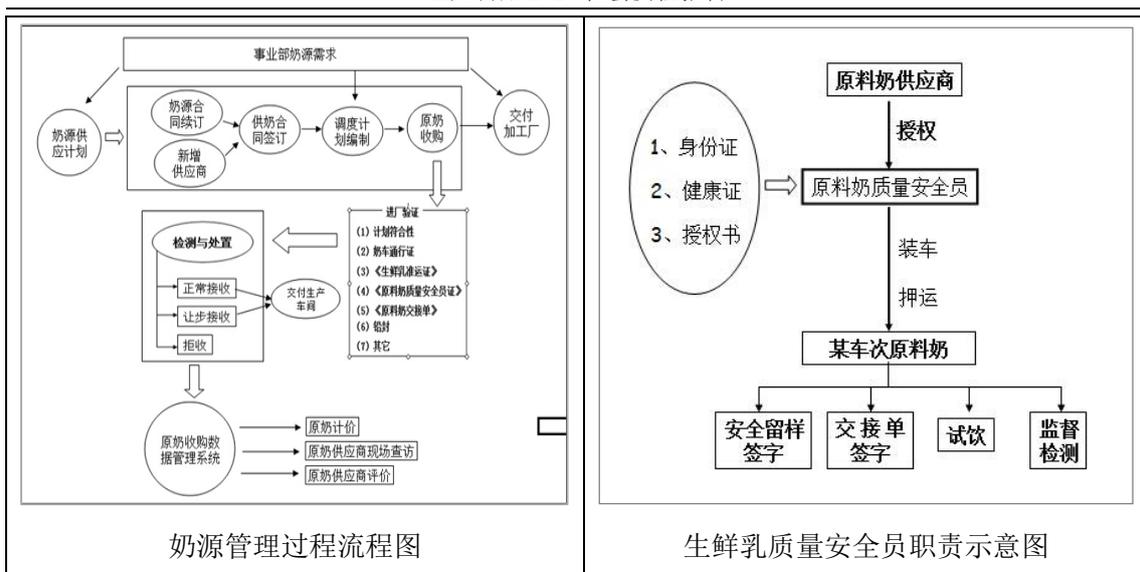
对奶牛进行体形外貌及乳用特征评定，可以把体形外貌乳用性能高的奶牛选作种用，有助于培育高产、健康的优质牛群。通过优化奶牛育种，为奶牛高产提供强有力的技术保障，助力牛场生产出安全和高品质的生鲜乳，有效提高公司经济效益。

2. 原料奶验收

生鲜乳的生产是乳品企业的“第一生产车间”，奶源质量安全直接关联着公司产品的质量。公司根据自身战略需要，结合奶源对乳品行业极其重要的作用以及公司奶源结构的特殊性，制定“统一管理，分级负责”的管理模式，加强供应商源头质量管理，并持续强化生鲜乳监控管理，保证原料奶验收的权威性和可靠性。

供应商源头质量提升。公司依托 ERP、MES，自主开发了三元奶源管理系统信息化平台，及时收集分析生鲜乳数量、质量指标等，及时掌握生鲜乳质量变化情况，通过与供应商沟通和现场走访指导等手段，帮助供应商提升生鲜乳质量，利用以按质论价为主、综合管理因素相辅的全方位生鲜乳计价机制和数据评价等方法，引导和鼓励供应商主动改善生鲜乳生产管理水平，进一步提高生鲜乳供应商提高生鲜乳质量的主动性。

生鲜乳监控管理。重点在生鲜乳的来源、生产、贮存和运输等方面实施过程监控管理，利用生鲜乳检验所获取的信息来验证管理效果和发现管理缺陷，并对检验出现异常的生鲜乳供应商进行重点过程的查访和指导，提高生鲜乳验收合格率，减少生鲜乳生产贮运过程中存在的安全隐患，从而提高公司产品的质量系数。



(二) 严控产品质量

三元食品严格履行《食品安全法》《食品安全法实施条例》《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，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，并成立独立的质量管理部门，加强生产加工全过程的监督检查，开展全产业链风险评估与预防，全面加强和提升产品检测能力，不断提高质量安全管理水平。

1. 生产过程把控

公司恪守“诚信为本、质量立市、完善培训、持续改进”的管理方针，坚持源头严防、过程严管、风险严控的工作原则，开展全过程质量把控。

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，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。

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。

执行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进行审核，并对重点加工厂实行突击检查，全方位把控和引导各工厂质量管理的方向。

建立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的标准化管控，提升产品质量安全水平。

2. 加强产品检测

公司创新“源头严管+过程标准化+结果确认”的乳品质量安全管控模式，开展高风险供应商现场评审 22 家、审核原辅料标准 24 项、制定包材验收标准 9 项、形成食品接触材料供应商风险评估报告，工厂督查与互查 15 次、质量体系自查改进 59 项，风险监测 129 项，建立《常温液体乳产品质量标准化管控手册》，产品质量合格率均为 100%。

2020 年，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、乳饮料等，以及部分企业原料乳清粉和乳清蛋白粉等，抽检产品 646 件，产品合格率 100%，完成 FSSC22000 体系、质量管理体系、乳制品 HACCP、GMP、诚信管理体系等认证工作。

案例：开展乳品微生物专业技术培训

为使公司各加工厂检验室微生物检测相关人员更好地理解微生物相关法律法规的要求，更好地掌握检测实际操作、试验记录填写等基本技能，特别是在致病微生物检测、判定等方面提高检测能力，公司开展了 12 种乳品中常见微生物的系列在线培训工作，更好地保障检测结果的准确性、有效性，提高检测效率。同时，为提升质量标准化、信息化建设，公司继续完善“三元智库”平台，内容包括食品生产企业食品安全管理人员必备知识、食品安全国家标准、生产过程管控等知识，并开展食品质量安全知识的在线学习与考试，有效提升工作人员业务能力。



(三) 科技创新

三元食品注重自主创新与协同创新相结合，不断推进乳品安全与健康科技创新突破，强

化自主创新理念,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合作,不断激发创新潜能,打造营养产品。

1. 加强创新管理

公司十分注重科技创新管理,围绕乳品安全与健康保障以及消费者对乳品健康功效的需求,不断提升创新能力,为促进国民健康贡献力量。2020年,三元食品科技研发投入 3532.74 万元,新增授权发明专利 1 项,获批国家自然科学基金、中国博士后基金等科研项目 6 项,并获得多个科技创新奖项。公司研发、升级了 72℃鲜牛乳、植物基酸奶、奶茶基底、法式燕麦饮等 31 个新上市产品,并利用全产业链优势资源,在国内首创采用 72℃低温杀菌工艺,最大程度保留牛奶中维生素、免疫球蛋白、乳铁蛋白等活性营养成分,引领行业巴氏杀菌技术创新。

2020 年三元食品科技创新奖项

成果名称	获得奖项	荣誉证书
牛奶生产监控关键技术研究及推广应用	北京市农业技术推广二等奖	
特色乳品产业质量安全保障与协同创新	中国食品科学技术学会科技创新一等奖	
高品质乳品创制及质量控制技术研究与应用	中国乳制品工业协会科学技术一等奖	

<p>新型益生菌发酵乳产品创制 关键技术研究与应用</p>	<p>中国食品工业协会科学 技术特等奖</p>	
<p>健康乳品研发模式创新及产 业化应用</p>	<p>中国轻工业联合会科学 技术进步二等奖</p>	

案例：三元“衡安堂 166 优效复合益生菌风味发酵乳”荣获创新奖项

2020 年，三元“衡安堂 166 优效复合益生菌风味发酵乳”荣获“iSEE 创新力百强奖”。“衡安堂 166 优效复合益生菌风味发酵乳”采用了三元“博士后科研工作站”历经 10 年倾情研发的 166 复合优效益生菌配方，富含六种膳食纤维，拥有“1+6+6”精研组合。166 复合优效益生菌配方经过大量的科学实验，结合大数据技术分析，能够以高存活率通过胃液、定殖肠道，配合定制膳食纤维，令人们的肠道环境焕然一新，得到市场和消费者的认可。



2. 科研队伍建设

三元食品聚焦实施转型突破的发展战略，努力构建更加高效的科研体系，打造重视人才、重视质量、重视成果的研发环境。在科研人才队伍建设方面，从薪酬绩效考核、人才培养机

制、成果激励措施等方面完善人才管理制度，充分调动研发人员的创新积极性。2020 年，技术中心在站博士后 2 名、博士研究生 6 名、硕士研究生 25 名，高级工程师 21 人，中级工程师 8 人。

公司制定了人才引进与培养计划，建立了完善的人事管理、科技项目管理、对外服务（项目）管理、实验室管理等制度。同时，为进一步优化科研人才培养、评价和激励措施，建立健全促进科技成果转化机制，特针对科技工作人员推行项目制管理办法，如以日常工作和项目进度为考核标准的《薪酬考核办法》、以科研成果为激励标准的《科研成果奖励办法》等，激励科技人员在企业发展中发挥更大潜能。

案例：三元食品常务副总经理陈历俊荣获“2020 年全国劳动模范”荣誉称号

2020 年 11 月，全国劳动模范和先进工作者表彰大会在人民大会堂隆重举行，三元食品常务副总经理陈历俊荣获“2020 年全国劳动模范”荣誉称号。

陈历俊现任北京三元食品股份有限公司常务副总经理、国家母婴乳品健康工程技术研究中心主任，从事乳品安全与健康科技工作 20 余年，获得授权发明专利 32 项、国家科技二等奖 2 项、省部科技奖 19 项，制修订国标 70 项，发表论文 160 篇，出版论著 12 部。陈历俊主持了国家“863 计划”等 30 个科研项目，突破乳品安全监测技术以及重制干酪、早餐奶、常温酸奶等加工核心技术，产业化突破婴儿配方乳粉母乳模拟及评价核心技术，开辟乳品新品类市场，显著提升中国乳业的国际声誉与竞争力。



3. 搭建科创平台

三元食品通过重大专项引领、全产业链协同创新、联合基金开放课题模式、共建联合实

实验室等多种措施，凝聚国内外乳品科技创新领域的优势团队与顶级专家，打造科技创新平台，加强科技创新合作和学术交流。近年来，公司搭建了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中心、国家认定企业技术中心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、北京市乳品工程技术研究中心等 6 个国家级平台、8 个省部级平台，大力推进自主创新与协同创新。

案例：联合北京市自然科学基金委员会办公室引领中国母婴队列研究

针对我国母乳研究、母乳喂养及母婴健康领域的技术瓶颈，三元食品联合北京市自然科学基金委员会办公室（以下简称“基金办”），设立北京市自然科学基金-三元联合资助项目。2015-2017 年间吸纳北京大学及其附属医院、首都医科大学及其附属医院、中科院、中国农大等 48 家单位 123 个优势团队申报，共资助 37 项，其中面上项目 30 项，重点研究专题 7 项。2019-2020 年验收项目 4 项，在研 7 项，本年度主要在妊娠期疾病与肠道微生态、生命早期益生菌与钙摄入对儿童肥胖、不同喂养方式肠道微生态规律、母婴乳品功效评价方面取得一定突破。

（四）冷链运输

三元食品打造和完善了全程受控的冷链配送网络，实现冷链配送全程无缝连接，严格保证食品质量安全。

物流招标。公司秉持公开公平公正的原则按规定开展物流招标，并对物流承运商进行审核，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，为销售中心和网店及时配送质量安全的牛奶，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。

严格过程控制。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，设置专人负责全程冷链监控，保证全程冷链运输。

（五）品尝三道关

三元食品全面加强食品安全管控，为消费者提供安全、营养、健康的产品。为保障产品品质，三元坚持生产产品品尝制，形成具有三元特色的“奶源—半成品—成品”品尝三道关，即对生鲜乳、加工奶和成品奶进行品尝和检测，亲自品尝各环节的奶品，实现“零事故零差评”的良好口碑，为消费者提供新鲜高品质的三元产品。

（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起完整的可追溯性系统；建立真实、全面、规范的质量记录（涵盖设计开发、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）；通过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的要求；通过建立单位数据中心，各信息采集点合理配置信息采集设备，推进追溯系统软件与生产和检测设备对接，实现数据自动获取，推进和完善食品安全可追溯体系信息化建设。

专题：匠心坚守品质，打造民族乳业发展新高地

保障食品安全和品质是食品企业的第一要务，更是企业发展的重中之重。作为中国乳业发展的见证者和实践者，70年来，三元食品秉承“艰苦奋斗、开拓创新”的农垦精神，经历由小到大、由弱变强，稳步从国内走向国际。公司坚持以高标准、严要求树立规范，积极开拓创新，与新时代接轨，身体力行打造“民族乳业新高地”，向更高的乳品品质进军。

■ 推进奶业振兴

2020年10月，第十一届中国奶业大会暨2020中国奶业展览会隆重举行，并同期举行了中国奶业D20峰会，共同回顾五年发展成就，展望光明美好未来。三元食品党委书记、董事长于永杰先生受邀出席大会，并现场参与签署《中国奶业20强企业“赋能产业链供应链稳定性和竞争力”三年行动计划（2021-2023年）》。



“三元食品明确了到 2023 年的总体目标：一是奶源基地全部实现规模养殖，成乳牛年均单产超过 10 吨；二是生鲜乳脂肪率、乳蛋白质率、菌落总数、体细胞数等指标要进一步提升，产品合格率要保持领先水平；三是增强奶业核心竞争力和抗风险能力，强化与原奶供应商的利益联结机制。公司将强化奶源控制、优化产能布局，完善产品结构，做强婴幼儿配方乳粉，振兴民族品牌。”

——北京三元食品股份有限公司党委书记、董事长 于永杰

■ 强化质量意识

乳品安全是乳业发展的基础，质量安全是乳企需要持续深耕的领域。为守护消费者的营养健康，三元食品通过自主创新生奶指纹图谱、快速检测、在线监测、信息追溯平台等技术和质量安全管理标准化等应用，实现“源头严防、过程严管、结果严检”，通过将乳品安全管控关口前移，全面保障乳制品安全。

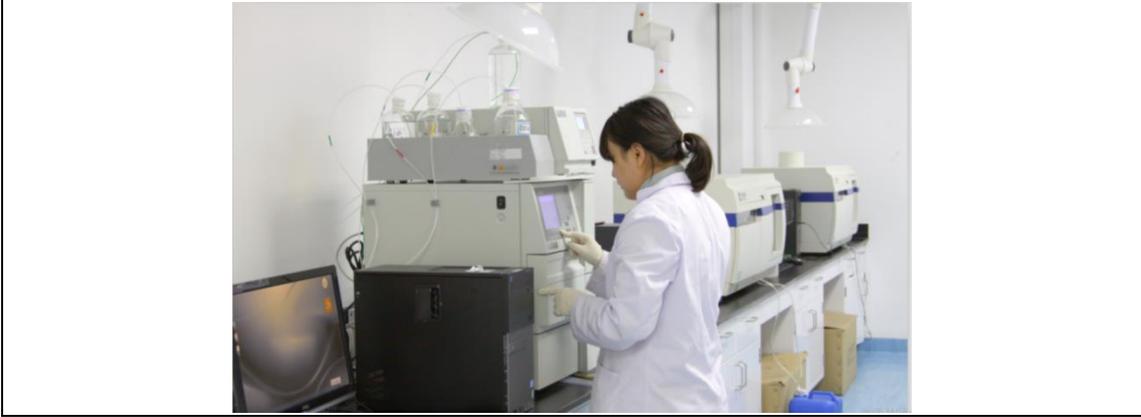
■ 提升产品品质

三元食品秉承“质量是生产出来的”理念，制定奶源管理升级规划，将现场审核和抽样检测作为检验奶源质量管理效果的重要手段；在生产过程中，建立多层级的生产监管制度体系，从生鲜乳的验收、贮存、灭菌、灌装、加工再到成品入库，每道工序都进行严格检测取样，实现全程公开透明。2020 年，三元产品检测合格率 100%，“新鲜高品质”已成为三元最闪亮的金字招牌，产品和品质不仅深得消费者认可和信赖，还成为众多国际知名品牌可信赖的供应商。

■ 加强科技创新

三元食品不断加强科技研发能力，每一杯牛奶背后都承载着对乳品行业的创新与探索。近年来，公司推进自主创新平台建设，面向全球集聚创新要素，注重科研人才队伍建设，促

进产品研发，并取得一系列科技创新成果。未来，三元食品将继续秉承农垦精神，进一步发挥民族乳企的引领和示范作用，用实际行动推动农垦乳业蓬勃发展，持续助力全民健康水平提升。



二、塑价值·共享发展成果

<p>➤ 我们与 SDGs</p>	   
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 召开董事会会议：13 次 ■ 召开股东大会：3 次 ■ 客户投诉解决率：100% ■ 合作供应商数量：195 个 ■ 员工总数：6721 人 ■ 培训员工人数：49275 人次

（一）创造股东价值

三元食品积极维护股东权益，创造股东价值，通过完善治理体系、加强投资者沟通、加强信息披露等，与股东共享发展成果。

1. 治理体系

三元食品建立了以《公司章程》为核心，《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和规章体系。

2020 年，公司共召开董事会会议 13 次、董事会专业委员会会议 11 次、监事会会议 5 次、股东大会 3 次。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、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，向投资者传播公司发展态势和前景，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

三元食品制定《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，建立了完善的信息披露体系。2020年，公司公开发布定期报告4个，包含2019年年度报告、2020年1季度报告、2020年半年度报告及2020年三季度报告，临时公告共计51个，并公开披露其他文件33个，及时、准确披露公司的相关生产经营信息。

（二）优化客户服务

三元食品以不断优化客户服务为己任，通过完善客户管理，提升客户体验，为消费者提供贴心、真诚的优质服务。

1. 完善客户管理

三元食品十分注重客户管理，通过不断完善客户管理制度，创新客户服务形式，为客户提供更加便捷、高效的优质服务。为提升产品可及，三元建立了送奶到户服务、特殊渠道服务等特色客户服务模式，并制定相关管理制度，形成服务规范，提升服务水平。

同时，三元积极扩宽客户服务渠道，设立客服热线为客户答疑解惑，通过微信公众号、官方微博等渠道及时收集客户意见、与客户互动交流。定期开展客户满意度调查，了解客户对三元产品和服务的认可程度以及意见和建议，针对现有问题进行改善，保护客户权益。

2. 提升客户体验

三元食品将提升客户体验作为优化客户服务的重要抓手，不断提升售后服务水平，保护消费者权益，并持续开展送奶到户服务，举办体验营销活动等，与客户建立起温暖、互信的

和谐关系。

提升售后服务。公司制定并认真落实《售后服务热线管理规定及工作细则》《售后服务质量记录管理规定》《售后服务标准文明用语》《售后服务热线录音电话管理办法》等服务管理制度，以完善的客户售后服务管理制度和切实的售后服务跟进落实，保障售后服务规范运作，有效维护企业信誉，保护消费者权益。

完善送奶到户。为了给消费者提供更加新鲜高品质的牛奶、提升客户服务体验，公司坚持开展送奶到户服务，承担安全配送“最后一公里”的使命。制定《三元及递配送中心管理规定》《奶站考核管理制度》《经销商管理制度》等规范文件，并提升送奶到户服务标准，为消费者提供了更加优质、便捷的服务。

开展体验营销。为进一步升级客户服务，公司积极开展面向广大消费者的体验式营销活动，增进了消费者对三元品牌的认知，引导消费者树立健康生活理念。公司积极申报北京市爱国主义教育基地、北京市文化旅游体验基地等项目，参加北京市惠民文化活动、中国国际服务贸易会、中国国际农产品会等活动，同时开展线上直播参观首都牛奶科普馆项目、参与首农食品集团主播大赛等活动，打造深度体验式营销模式，为消费者营造良好的体验感。



（三）合作伙伴共赢

三元食品依托自身产业优势，积极开展战略合作，推进责任采购，与产业链上下游利益相关方建立起良好的合作机制和方式，促进实现互利共赢。

1. 开展战略合作

三元食品秉持公平互惠的理念，积极与政府、企业、科研机构等开展战略合作，整合行业资源，优化产业布局。2020年，三元食品及复星集团两大股东共同向法国圣休伯特进行增资，增资总额为800万欧元，持续推动海外及中国新业务快速拓展；收购北京艾莱宏达商

贸有限公司持有的北京艾莱发喜食品有限公司 5%股权，进一步发挥资本运作价值。同时，公司建设战略资讯信息平台，包含年/期战略资讯报告、半年/期战略资讯报告、月报等模块，对行业信息进行整合与分享，为公司开展战略合作提供数据与信息支持。

案例：三元食品携手京东超市，开展战略合作

2020 年 9 月，三元食品与京东超市正式达成战略合作，同时在用户运营、C2M 新品定制、营销生态共创等方面展开更深维度的合作，助力三元实现品牌数字化升级和全国化发展。

用户运营共创。在战略合作中，三元食品与京东优势互补，优化供应链节点，结合用户差异化需求，定制多元化运营手段，为用户提供更好的购物体验。

大数据新品共创。三元食品在研发时一直以消费者需求为核心，致力于将产品以最令人满意的形态送到消费者手中，这与京东的理念不谋而合，未来将利用双方优势，实现数据与研发的共创。

营销生态共创。三元食品深度挖掘自身特色，充分利用好“北京老字号”这个金字招牌，与京东展开深入合作，在大健康市场上，共建营销生态圈。

全国化突破。三元食品作为北京本土品牌，积极向全国触达，实现品牌全国化。融合京东大数据和先进技术精准触达消费者，刻画消费者需求，为产品升级、品牌焕新注入力量。



2. 推进责任采购

三元食品不断加强供应商管理，完善采购流程，规范供应商行为，提高供应商的质量水平，推进责任采购。2020 年，公司合作供应商数量为 195 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 120 家。

供应商准入。通过市场调查和供应商信息收集等，筛选出在产品价格、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，并要求提报申请表等作为选择参考依据，核定供应商资格。

供应商管理。在与供应商的合作过程中，对其资质及管理资料进行收集、整理、分类、更新、保管等，严格遵循采购流程，遵守采购制度，强化供应商管理。

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和享受优先支付货款，对于需要改进的供应商提出改进要求，对不合格供应商予停止交易，并制定撤销流程，促进双方建立健康关系，共同进步。

三元食品采购系统框架

一个门户	面向所有潜在供应商的统一网站
两个平台	招标平台和采购业务内部工作平台
三个体系	计划/订单/付款体系、供应商管理体系和价格确定管理体系
四个采购库	物资分类库、供方名单库、合同档案库和 ERP 系统库

案例：三元食品携手利乐公司召开供应链技术创新研讨会

2020年12月，三元食品与利乐公司共同召开供应链技术创新研讨会。研讨会以“后疫情时代的乳品消费市场趋势”为开篇，结合中国整体经济发展及消费新常态对未来的乳制品行业发展进行了展望。研讨会通过经典案例分享，探讨如何助力企业高质量发展：一是从常温奶和长货架期奶的生产工艺及关键控制点、液奶改进案例、灌装机的升级改造案例探讨如何进行节能降耗、提升产品质量；二是以均质机的发展、利乐品牌优选消耗品及优选工程备件的介绍探讨如何助力企业食品安全和高效生产；三是以5S及DMS（日常管理系统）为基础探讨如何有效实施TPM（全面生产维护）。未来，双方将秉承友好合作的理念，继续加强紧密合作。



（四）促进员工成长

人才是企业发展的关键，三元食品十分注重员工的培养和发展，通过保障员工基本权益、

助力职业发展、开展员工关爱等与员工共同成长，推进实现职企共赢。

1. 保障基本权益

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》《中华人民共和国妇女权益保护法》等相关法律法规，坚持多元化的平等雇用，不对任何员工有种族、性别、年龄或宗教信仰等方面的歧视，禁止雇用童工或强制劳动。公司建立完善薪酬福利制度，依法为员工缴纳社会保险，按照国家规定保障员工的休息休假权利，构建和谐的劳动关系。2020 年，公司员工总数 6721 人，劳动合同签订率 100%，社会保险覆盖率 100%。

公司坚持民主管理，保障员工的知情权、参与权、选择权和监督权，并建立以职工代表大会、党务厂务公开为核心的民主管理体系，鼓励员工积极参与公司管理和决策，在签订工资集体协议、职业病防治专项集体合同、女职工特殊权益保护专项集体合同等方面予以支持和指导，为员工表达需求提供畅通渠道，创建和谐三元。2020 年，员工参与工会比例为 100%。

2. 助力职业发展

三元食品积极贯彻落实“人才强企”战略，建立和完善合理的职业晋升通道，开展多层次员工职业培训，助力员工与企业共同成长。

■ 职业发展通道

公司搭建和完善员工职业发展通道，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，为员工提供平等的晋升机会和发展空间；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，激发员工潜能，提升工作业绩。

■ 开展员工培训

公司不断完善员工培训体系，创新培训模式，对人才队伍进行管理技能、专业技术、党建教育等多方面的培训，全面提升员工职业素养和能力。2020 年，共完成各类培训 1583 期，参加培训 49275 人次，培训总费用 99.2 万元。

创新培训模式。面对疫情影响，公司积极探索线上线下相结合的形式开展员工培训，组织员工参加线上预防新冠病毒相关知识学习，邀请名师开展网上直播办公软件培训，组织行政管理人員线上学习，开展乳粉知识讲座直播等。同时，在公司创新大会期间，将 WORKSHOP 培训工作坊模式用于公司新的经营项目拓展培训上，制定《三元聚力战场》系列方案，助力公司全年目标的实现。

打造内训师资及精品课程。公司对原有的内训师进行梳理，组建内训师品牌团队，细化内训师信息登记表，对专家讲师的基本信息登记、入库，强化内训师资力量。同时，梳理

完善自有精品课程,打造公司内训课程数据库,划分管理知识模块、后备干部队伍建设模块、岗位技能模块、新员工培训模块、企业文化与制度建设模块等,为学员提供学习知识库。

落实职业技能提升行动。公司积极落实北京市以及国资委系列文件,如京人社能字(2020)47号(《关于推进职业技能提升行动“互联网+职业技能培训”工作》)和京国资发24号(《北京市职业技能提升行动方案》)等,结合运营实际开展公司系列职业技能提升培训,开展互联网+职工教育培训、企业新型学徒制培训等,并开展技能比武模式创新,开展大工匠选树活动,全面提升员工职业技能。

加强职工素质教育。公司积极申报《首都职工教育培训示范点申报》项目,并通过专家评审和公示,成为北京市100家职工教育示范点之一;开展生产一线技术工人职业技能教育培训,制定《首都职工教育培训特色教育培训项目乳品检验工与加工工培训实施方案》,以乳品加工工、乳品检验工为主,结合工种的特点与学员工作需求配备了专业的讲师队伍进行授课,全面提升员工职业素养。

案例：开展“金牌面试官”培训，助力企业发展

2020年11月,三元食品顺利召开了“金牌面试官”二期培训。本次培训是对上一年进行的“金牌面试官”培训学习成果及后期实践的一次检验和总结,并邀请北森人才测评专家进行讲解。培训从人才标准的界定、面试前的准备工作、面试的技术以及人事决断四个方面展开,结合案例为大家讲解面试中的技巧,逐步将招聘的效率最大化。

人才发展是辅助公司转型突破的重要工作,而招聘更是把握人才入口的重中之重,此次“金牌面试官”培训有效帮助了学员们融会贯通,将学到的知识向下赋能,助力提高公司整体人才甄别的成功率,增强公司的人才储备质量。



案例：开展新员工入职培训，增强企业凝聚力

2020年10月,三元食品特渠事业部以“聚势启航 共赢未来”为主题举办了新员工入

职欢迎会，会议以线上线下结合的方式进行。经过一天的相聚交流，新员工感受到了公司对大家的尊重和鼓励，更对公司未来的发展增强了信心，初入新环境时的陌生感已随着此次轻松愉悦的沟通交流悄然消散，此次培训有效加强企业凝聚力，促进员工间的相互交流，帮助新员工快速融入公司的大家庭中。



3. 开展员工关爱

三元食品十分重视对员工的关心和爱护，注重保障员工的职业健康，关爱弱势群体，丰富员工生活，不断提升员工的归属感、幸福感。

■ 保障职业健康

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。2020年，三元食品员工体检及健康档案覆盖率为100%。

案例：河北三元举办第五届广播体操比赛，助力员工职业健康

2020年11月，河北三元第五届广播体操比赛在职工活动中心举行。比赛以“健身成就职工健康，强体助力企业发展”为主题，倡导全员在后疫情环境中重视身体健康，提升健身意识，以健康的体魄投入企业的发展中去。同时，广播体操比赛也展现出三元人团结协作、自强不息、奋勇拼搏的精气神，鼓舞着三元人在运动中收获健康，在健康中享受快乐，在快乐中努力工作，在努力工作中创造佳绩。



■ 关爱弱势群体

公司切实落实对员工的关心和爱护，积极关爱女性员工，帮扶困难员工。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；加强对女性员工的关爱和保护，提高员工幸福指数。



慰问一线员工



慰问困难员工

■ 丰富员工生活

公司注重平衡员工的工作与生活，组织形式多样的文体活动，丰富员工业余生活，缓解工作压力，进一步增强团队凝聚力，激发员工积极向上、奋发有为的工作热情。



开展趣味运动会



举办秋季登山活动

专题： 凝聚品牌力量， 促进消费升级

三元食品不断打造和升级品牌价值， 积极推进品牌焕新， 以数字化工具重塑零售生态， 借助行业平台力量， 持续推动消费升级。2020 年， 公司在《中国 500 最具价值品牌》榜单中， 以 328.26 亿元的品牌价值， 位列中国品牌 500 强第 199 位， 品牌价值较上一年提升 31%， 位列提升 33 位， 实现连续多年品牌价值高增长。

■ 推进品牌升级

2020 年 10 月， 由《证券日报》社主办、中国奶业协会指导的第三届中国乳业资本论坛在京召开。三元食品副董事长、总经理张学庆受邀出席， 与参会嘉宾共同探讨“‘双循环’下的产业与品牌升级”以及资本如何赋能产业发展等议题， 探索乳制品行业的发展趋势和品牌升级路径。



“产业链布局、区域扩张、新品类占位等方面， 都是资本赋能国内乳企， 实现提速增效的机会点。而进入后疫情时代， 家庭化、健康化、功能化产品也迎来了利好趋势。三元将持续推进全产业链优化升级， 完善低温布局， 深刻洞察消费者需求， 积极推动产品创新、营销创新， 为企业发展提供内生动力。”

——北京三元食品股份有限公司副董事长、总经理 张学庆

■ 数字化赋能

三元食品多年来与北京连锁超市物美集团一直保持紧密的战略合作关系， 面对疫情期间传统销售渠道受到冲击的情况， 公司精耕物美多点新零售平台， 积极开展各项联合， 整合双方媒介及渠道资源， 以线上线下相结合的营销闭环逆风创收， 伴随着健康化、家庭化、线上化的消费新趋势， 主动运用数字化赋能实体经济。2020 年 1-9 月， 三元食品总体在物美平台业绩同比增长 16%， 旗下高端牛奶品牌极致产品同比增长 24%， 其中极致 A2 β -酪蛋白牛奶同比增长高达 133%。



■ 加强品牌推介

2020年11月，第十八届中国国际农产品交易会在重庆举行，集中展示了农业各领域新业态、新产品。三元食品携旗下科技创新产品亮相，并作为2020全国农业企业品牌、乳品类优秀企业品牌，获得重点推介，一展首都乳企风采。



会上，三元食品副总经理张俊回顾了公司作为民族乳企，“脚踏实地、登高行远”的发展历程和精彩篇章，并介绍三元食品秉承做好一杯牛奶的初心，率先整合集奶源、研发、加工、检测、物流、销售及售后服务为一体的全产业链模式，打造了从牧场到餐桌的全程透明可追溯“新鲜高品质”金字招牌，获得与会嘉宾的广泛称赞。

■ 打造品牌名片

2020年11月，三元极致品牌凭借“2020年整合传播营销”案例，荣膺中国国际广告节2020广告主盛典——年度品牌塑造案例、内容整合营销案例两项大奖。此外，在网易财经主办的网易新能量乳制品行业峰会暨“2020网易·新能量——乳制品行业榜单评选”颁奖典礼上，三元食品荣获“年度最具影响力品牌”荣誉称号，持续提升三元食品营养健康的品牌形象。

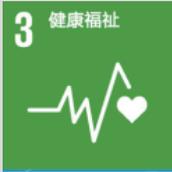


荣获“年度品牌塑造案例”奖项



获得“2020 年度最具影响力品牌”荣誉称号

三、重担当·建设美好家园

<p>➤ 我们与 SDGs</p>	     
<p>➤ 我们的绩效</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 安全生产投入：793.63 万元 ■ 安全培训人数：10534 人次 ■ 环保总投入：705 万元 ■ 环保培训人数：1262 人

（一）保障安全生产

三元食品高度重视安全生产，健全安全管理机制，强化安全责任落实，深入开展隐患排查治理、安全生产演练，企业本质安全水平不断提升。2020 年，公司安全生产投入 793.63 万元，全年未发生安全生产责任事故。

指标	2018 年	2019 年	2020 年
安全生产投入(万元)	462.8	542.7	793.63
安全生产事故数(次)	0	0	0

1. 安全生产管理

三元食品在生产过程中严格遵循“以人为本”“谁主管、谁负责”“管生产必须管安全”的工作原则，建设和完善安全生产管理制度，明确公司安委会和各级安全管理人员职责、总经理安全生产管理职责、工会主席安全管理职责、职工安全守则等，制定安全生产责任制、安全生产奖惩制度、交通安全管理制度、消防安全管理制度、重特大事故应急预案等。公司下属各单位结合实际制定本单位各项安全生产管理规章和制度，所属各加工厂全部建立安全标准化管理体系。

<p>安全管理方针</p>	<p>安全第一、预防为主、综合治理</p>
----------------------	-----------------------

安全管理原则	统一领导、落实责任、分级管理、分类指导、全员参与
安全管理目标	建设本质安全型企业

2. 隐患排查治理

三元食品持续推进《安全生产专项整治三年行动计划》和安全隐患排查治理体系建设，依托隐患排查治理信息系统平台，以安全隐患自查自改为核心，开展“一企一标准，一岗一清单”编制，夯实基础细化责任，强化现场监督监管，定期进行安全检查，重点治理、消除各类安全隐患，实现全年安全生产目标。2020年，维修或改造58个隐患项目，投入资金793.63万元。

案例：积极开展“安全生产月”活动，筑牢安全生产防线

2020年6月是全国第19个安全生产月。公司根据《2020年三元食品“安全生产月”活动方案》，积极开展以“消除事故隐患，筑牢安全防线”为主题的安全生产排查，针对发现问题进行整改，从源头防范安全事故，全力营造“人人心中有安全”良好氛围。



山东三元组织员工进行安全培训考试，提升员工安全生产知识和防范安全事故能力



河北三元质量检测中心持续做好安全检查监督工作，保证安全防患于未然

3. 安全生产应急

三元食品制定《生产安全事故综合应急预案》，规范生产安全事故应急管理，不断提高应急处置能力，科学有效应对各类生产安全事故发生。各级单位加强全员预防、避险、减灾的宣传教育，切实做好应急管理培训和演练工作，加深对应急处置的理解与实战实练，筑牢安全防线，保障生产安全平稳运行。2020年，参与安全培训人员10534人次，参与应急演练人员1424人次。



唐山三元组织开展氨气泄漏应急演练

迁安三元组织开展应急逃生疏散演练

（二）践行绿色发展

三元食品积极践行绿色发展理念，落实生态文明建设要求，强化环境管理，保护生态环境，推进节能减排降碳，助力国家“碳中和”目标，坚定不移走资源节约、环境友好之路。

1. 持续完善环境管理

三元食品不断提高环境管理能力，持续完善环境风险防控组织与制度体系建设，建立健全环境污染突发事件应急机制，完善环境污染突发事件应急预案，加强日常监督管理，强化环保培训，形成持续完善的长效机制。

指标	2018 年	2019 年	2020 年
环保总投资（万元）	119.215	97	705
环保培训人数（人）	1,340	1,326	1,262
环保培训时长（小时）	120	120	80

2. 节能减排降碳

三元食品大力发展循环经济，推进节能项目实施，严控污染物排放总量，积极开展温室气体减排，着力推进绿色发展。

■ 循环经济

三元食品按照“资源化、再利用、减量化”原则，积极引进先进节能环保技术，实施一系列节能技改和能源管理项目，包括更换高耗能电机、变压器、锅炉煤改气、燃气锅炉更换电加热锅炉、生产清洁水再利用、中水再利用、酸碱回收、余热回收、冷凝水回收、节水改造、太阳能发电、合同能源管理等，有效实现节能降耗和能源资源循环利用。2020 年，公司节能改造投入 70 余万元，能源综合消耗总量同比减少 70 吨标煤，单位产值水耗下降 4.2%；产品用电单耗下降 1.2%。

公司积极开展废旧包装回收利用，与原料供应商签订包装回收协议，所用纸箱不覆膜水性印刷，便于纸张回收利用；将可回收循环使用的玻璃瓶作为乳品的主要包材，每年可为地球减少 1000 吨纸质及塑料包装垃圾。2020 年，玻璃瓶使用量达 1.27 亿瓶。

送奶到户事业部玻璃瓶使用绩效

指标	2018 年	2019 年	2020 年
玻璃瓶使用量(亿瓶)	1.86	1.84	1.27

■ “三废”管理

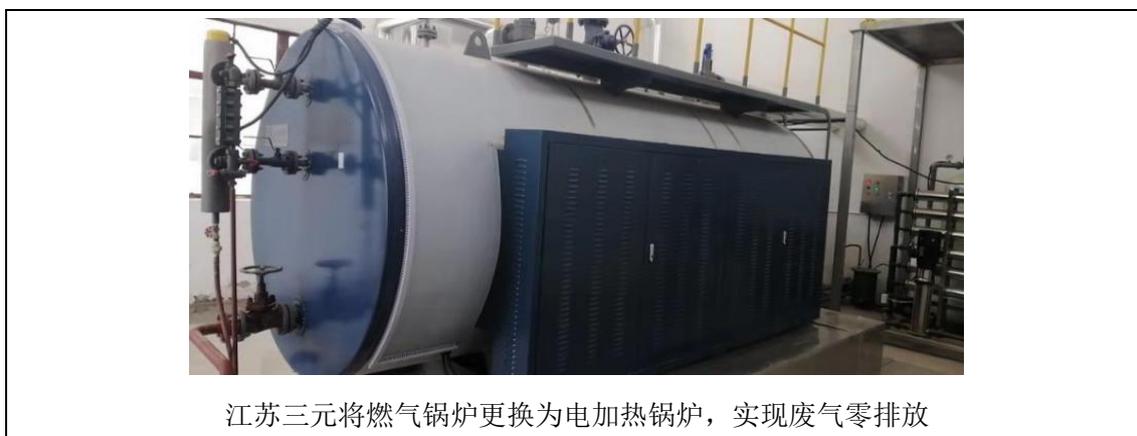
公司积极践行绿色生产理念，强化废水管理、废气管理、废弃物管理，确保污染物达标排放，以实际行动建设绿水青山。

废水管理。建设污水处理系统，在重点污水排放单位装设污水在线监测系统，升级污水处理设备，做到随时检测废水排放情况，随时调节把控，确保废水达标排放。



污水排放在线监测系统

废气管理。建设光伏发电系统，加快淘汰落后产能，调整生产工艺，对燃气锅炉进行低氮改造，为 20 吨以上的燃气锅炉安装在线监测系统，及时有效控制废气排放。



江苏三元将燃气锅炉更换为电加热锅炉，实现废气零排放

废弃物管理。制定危化品管理制度，固废、危废和一般废弃物（包装材料）都由有资质的第三方环保公司代为处理，设置专人负责存储库房，一般废弃物由回收公司定期清运。



瀛海工业园严格遵守实验室危险化学品进出库登记制度，按照相关规定每日记录温度、湿度，并在药品间配置防爆开关

■ 温室气体减排

三元食品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，推进二氧化碳排放量逐年减少。

■ 绿色建筑

三元食品强化建设项目全过程环保管理，选用环保材料和产品，并对建设内容、平面布局、建设规模、污染治理等内容进行环境评价，打造绿色环保型厂区，严格落实项目环保要求，按期完成项目竣工环保验收。



生产车间采用自然光照明，减少用电量

■ 绿色仓储物流

三元食品合理规划仓储，打造绿色物流。企业仓储管理实现自动化、机械化、智能化，提高仓库运作效率，减少货物损失，节约电力，减少仓储成本；开展共同配送，发展第三方物流，最大限度提高人员、物资、资金、时间等资源的利用效率，缓解交通压力，降低尾气排放。

3. 开展绿色办公

三元食品倡导绿色办公、绿色生活理念，引导员工从日常点滴入手，养成节约用水、节能低碳、保护环境的良好行为习惯。

推进无纸化办公。公司大力推行无纸办公和无纸化服务，鼓励视频会议和电话会议，减少办公资源的浪费，提高办公效率；优化移动化应用和 OA 办公系统，不断提升系统自动化程度并严格风险防控，同时打通 OA 及即时通讯管理软件，实现移动办公。

节水节电管理。多使用自然采光及节能灯具，降低照明能耗，倡导人走灯灭，节约用电；在洗手间、楼道等处张贴节约用水、用纸等标志；定期检修水电设备，出现故障及时更换。

（三）传递健康理念

三元食品倡导并引领营养健康的生活理念，以“健康国人”为己任，通过乳品品质升级和产品多元化，在不断强化自身发展的同时，推动国民健康事业发展。

1. 打造营养产品

面对日激烈的乳品市场竞争环境与消费者营养升级的需求，三元食品坚持“做好每一杯牛奶”的初心，致力于打造安全、营养、健康的高品质乳制品，陪伴消费者每天的生活，为国民健康筑起安全防线。

案例：三元极致牛奶以“极致”品质致敬珠峰追梦人

2020 年 4 月，三元食品与中国国家登山队在京举行以“我们都是攀登者”为主题的签约仪式，双方正式达成战略合作。“三元极致 A2 β -酪蛋白鲜牛奶”是三元食品集合全产业链优势打造的一款高端牛奶，以其卓越的品质为登山队队员提供人体必需的营养补充，为登山队员们保驾护航。签约仪式上，中国登山协会授予北京三元食品股份有限公司“中国国家登山队营养乳制品供应商”和“中国国家登山队乳品营养保障”称号。未来，三元食品将怀着同样的攀登精神，全力推进中国乳业高质量发展，生产出更多营养健康产品，满足人民对美好生活的追求，为健康中国助力。



“登山队员血脉中流淌着的英勇无畏、永不服输的精神与三元食品‘坚守初心 70 年，只为一杯好牛奶’的企业使命不谋而合。并且，此次合作是三元食品在探索‘体育+健康’模式的一大进步，三元极致牛奶也将进一步发扬‘不畏艰险，顽强拼搏，团结协作，勇攀高峰’的登山精神，为登山队员们保驾护航，助力中国再攀高峰。”

——北京三元食品股份有限公司副董事长、总经理 张学庆

案例：三元婴幼儿配方奶粉，全方位守护宝宝健康成长

我国每年有 1700 万左右新生婴幼儿，作为母乳替代品的婴幼儿配方乳粉，其首要任务是保障母婴健康。三元食品时刻牢记总书记“让祖国下一代喝上好奶粉”的嘱托，坚持质量至上，坚持生产更适合中国宝宝的婴儿配方奶粉。2014 年筹建并于 2018 年通过验收的“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”，深入研究中国婴幼儿营养学科，取样试验点横跨 6 省，共计 2 千万组测评数据，建立了迄今为止最为完善的中国健康母乳数据库。

三元食品把检验检测数据和研发结果应用到新产品当中，研发出更符合中国宝宝身体生长发育需求的婴幼儿配方奶粉。2020 年，全新升级三元爱力优、爱蓓益、爱诺星婴幼儿配方奶粉，为中国宝宝提供更加全面的营养，助力宝宝健康快乐成长。



2. 倡导健康消费

三元食品积极推动营养科普，倡导科学膳食理念，鼓励广大消费者关注自身健康，提高免疫力，促进健康消费升级。2020 年，公司邀请北京大学第一医院、北京妇产医院、儿研所等的母婴营养领域专家，围绕母婴营养与健康，制作“防疫保卫战”8 期、“孕育大 V 说”25 期、“陈博士说”38 期、“陈博士”抖音 22 期，通过国家母婴中心、三元奶粉等平台的微信、微博、抖音等媒体开展科普，累积点击量共计 941 万次，进一步提升消费者对乳品营养与健康的认知。

案例：开展“世界牛奶日”科普宣传，提升大众健康意识

乳制品是健康中国、全面建成小康社会不可或缺的产业，是增强体质、合理膳食重要的营养来源。2020 年 6 月 1 日，在第 23 个“全国乳品营养周”和第 21 个“世界牛奶日”到来之际，中国乳制品工业协会与国际乳联中国国家委员会携手国内外专家、科研机构、行业组织以及企业开展一系列宣传活动，旨在宣传乳品的营养价值，提升大众饮奶意识。

三元食品作为首都乳企代表积极响应，通过丰富多彩的科普形式，让更多的消费者了解乳品的营养价值，助力国民健康素质的提升。公司常务副总经理、国家母婴乳品健康工程技术研究中心主任陈历俊，就牛奶营养与全家健康这一话题进行了精彩生动的讲解。未来，三元食品将继续秉承初心，持续创新，守护健康中国。



案例：线上科普牛奶知识，解密牛奶背后的故事

三元食品建设以牛奶为主题的首都牛奶科普馆，开发文创产品，积极开展营养宣传、健康普及、消费引导等科普教育工作，目前已有超过 800 万消费者接受了三元食品的乳制品科普教育。2020 年，受新冠肺炎疫情疫情影响，公司采用线上直播与短视频网络教学等方式普及营养知识，从牛奶的历史文化、乳制品的分类、乳制品的营养成分以及科学健康饮奶等方面介绍一滴牛奶背后的故事。截至 2020 年 12 月，累计线上观看人数达到 15 万人次。



（四）共建和谐社区

三元食品始终秉承“良心、爱心、责任心”的责任理念，发挥主业优势，积极回馈社会，开展多种形式的公益慈善和志愿服务活动，增进民生福祉。

1. 关爱青少年健康

少年儿童是祖国和民族的未来。三元食品密切关注青少年营养健康与成长，持续开展牛奶公益助学行动，为提升我国青少年营养健康水平贡献力量。

案例：三元食品心系学生，积极传递爱心与健康

2020年5月，三元食品与海南省定安县委、县教育局在定安县南海学校举行“三元学生饮用奶”捐赠仪式，开展学生奶公益助学行动，为定安县南海学校捐赠学生饮用奶12000盒，帮助提高学生身体免疫力，推动南海学校教育事业的发展。

三元食品始终把回报社会作为企业发展的重要责任，以实际行动践行“关爱未来、奉献社会”的理念。每个孩子都是祖国的花朵、社会未来的基石、家庭传承的希望，每个孩子都值得被关爱、被鼓励，一次爱心公益活动传递的温暖，能让孩子们感到幸福绵长，帮助孩子们健康快乐成长。



案例：开展乳品科普活动，呵护儿童营养健康

2020年10月，中国儿童中心、全国少年儿童“心中有祖国 心中有他人”主题教育活动组委会、农业农村部食物与营养发展研究所，共同发起全国少年儿童“劳动美·丰收乐”主题公益活动。三元食品作为参展商家，受邀共同举办活动，用实际行动呵护孩子们的健康，并为孩子们实现梦想保驾护航。凭借乳品科普宣传的卓越贡献，三元食品被授予“科普宣传爱心单位”称号。



2. 开展公益慈善

三元食品以实际行动践行“取之于社会、回馈于社会”的企业社会责任观，广泛开展扶贫济困、无偿献血、救灾捐助等公益慈善活动，鼓励员工参与志愿服务，让雷锋精神在企业内传递和发扬。新冠疫情期间，三元食品在做好疫情防控，保障市场供应的基础上，积极承担社会责任，为抗疫一线的医护人员捐赠牛奶，成为保障其营养健康的坚强后盾。



2020年2月以来，三元食品积极向抗疫一线捐赠牛奶，为保障一线医护人员的健康助力



2020年6月，山东三元走进社区为老人送去端午节慰问



2020 年 7 月，三元食品电商事业部组织开展 2020 年“好书伴成长”——为新疆和田地区中小學生捐贈國語圖書活動



2020 年，三元食品送奶到戶事業部共計慰問北京市養老院 50 余家，慰問 110 余次，除捐贈產品外，還為老人們講解營養健康知識

專題：三元學生奶，助力健康中國

少年強，則國強。營養健康是青少年成長的關鍵，是國民素質提升的重要基礎，是全面建成小康社會的重要內涵。為改善我國中小學生的營養狀況，促進青少年健康成長，從 2000 年起，國家開始實施“學生飲用奶計劃”。自計劃實施以來，三元食品始終凝匯初心，響應使命召喚，積極踐行國家“學生飲用奶計劃”，以新鮮高品質助力健康中國。

■ 持續供應，增強學生體質

2020 年 12 月，國家“學生飲用奶計劃”實施 20 年暨現代奶業評價體系建設推進會在京召開。會上，三元食品被授予中國學生飲用奶“學生營養改善貢獻企業”榮譽稱號，三元食品黨委書記、董事長于永杰發表了題為《三元學生奶 助力健康中國》的主題演講。

三元學生奶 助力健康

北京三元食品股份有限公司董事長 于永杰



“三元積極踐行國家‘學生飲用奶計劃’，以新鮮高品質助力健康中國。2000 年 11 月成為首批首家學生奶定點生產企業，獲得了 001 號證書。截止目前，全國有 800 多萬消費者接受了三元乳製品的科普教育，累計供應超過 20 億包學生奶。”

——北京三元食品股份有限公司黨委書記、董事長 于永杰

■ 安全健康，滋养美好未来

三元食品以全产业链科技创新为引领，创建学生奶标杆牧场示范，实施含兽药残留、农药残留、真菌毒素、常规指标及掺杂掺假监控共计 278 项；实行基于风险分析的全产业链学生奶质量管理，实施含源头管理、过程监控及产品检测共计 3192 项。三元学生奶在历次国家抽检中合格率达 100%，以过硬的产品品质，保障祖国下一代健康成长。

在保障产品质量的同时，三元食品充分利用科研优势，持续创新研发新技术新产品，以更贴合需求的好营养，助力学生营养健康。此外，三元食品还积极推进食育教育，传递科学的健康观念和营养意识。



社会责任管理

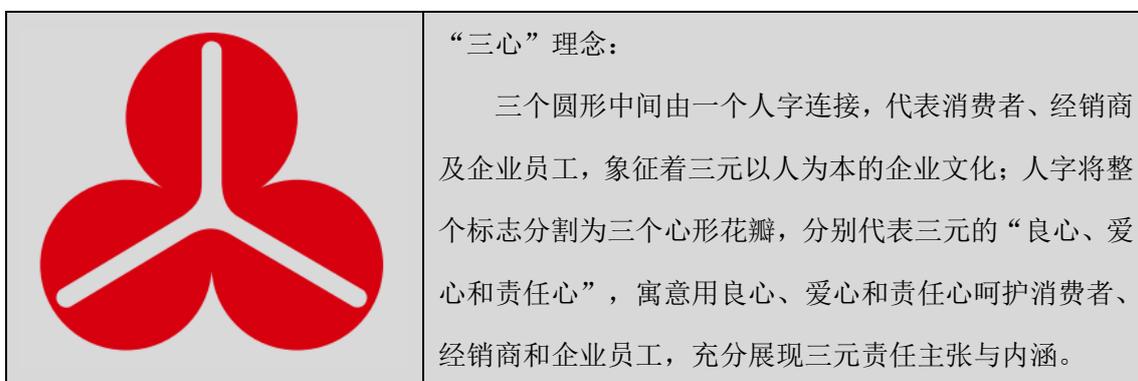
（一）责任组织

1. 责任治理

三元食品健全和完善社会责任工作组织体系，成立由市场管理部牵头的社会责任报告编制小组，奶源管理部、信息管理部、体验营销部、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的提升。

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，推动社会责任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

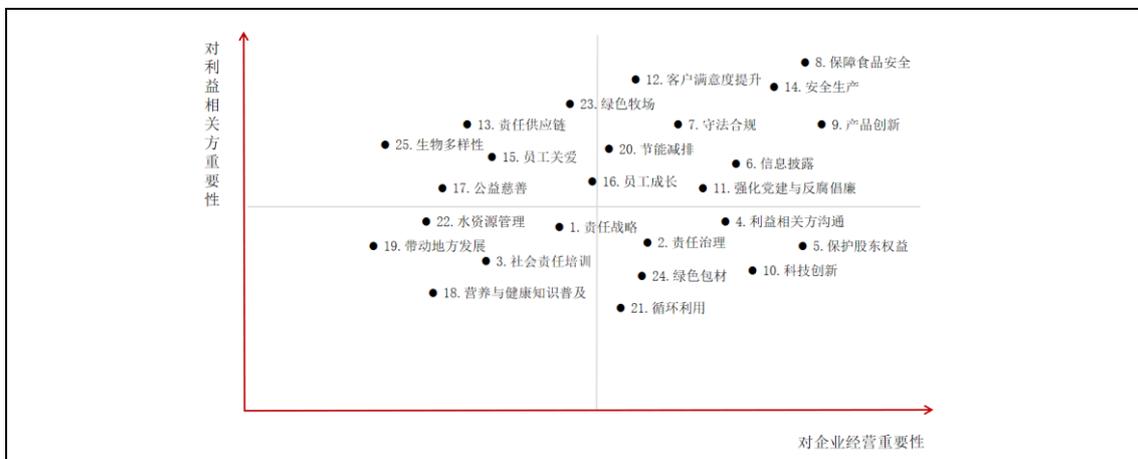
三元食品基于国内外社会责任标准、中国政府政策、监管机构要求等，通过对标优秀企业、开展利益相关方调研，结合自身发展战略和规划，分析比较不同社会责任议题对相关方的影响和对自身发展的重要性，识别筛选出 25 项实质性议题。

利益相关方	议题
责任管理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 责任战略 2. 责任治理 3. 社会责任培训 4. 利益相关方沟通
经济责任	<ol style="list-style-type: none"> 5. 保护股东权益 6. 信息披露

	<ul style="list-style-type: none"> 7. 守法合规 8. 保障食品安全 9. 产品创新 10. 科技创新
<p style="text-align: center;">社会责任</p>	<ul style="list-style-type: none"> 11. 强化党建与反腐倡廉 12. 客户满意度提升 13. 责任供应链 14. 安全生产 15. 员工关爱 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
<p style="text-align: center;">环境责任</p>	<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. 责任报告

为深化与利益相关方沟通，三元食品发布第七份社会责任报告，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，加强与利益相关方的交流，增进理解与互信。

2. 利益相关方参与

三元食品建立和拓展与利益相关方的沟通渠道，深入了解利益相关方的期望和诉求，建立相应的沟通和回应机制，积极向利益相关方传播企业的责任理念和责任动态，共同推进公司高效运营、全面履责。

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

<p>员工</p>	<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
<p>社区</p>	<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
<p>环境</p>	<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

未来展望

2021 年，是“十四五”规划开局之年，也是建党 100 周年。我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，全面贯彻党的十九大和历届全会精神，立足新发展阶段、贯彻新发展理念、设定新发展目标，全力构建“双循环”新发展格局，开启高质量发展新征程。

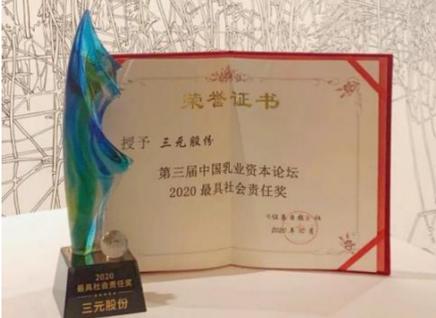
匠心传承铸品质。我们将食品安全作为企业立足之根基，全面加强奶源管理，严格控制产品质量，坚持品尝三道关，完善食品追溯体系，为消费者提供新鲜高品质的三元产品；将科技创新作为可持续发展的强大引擎，不断推进乳品安全与健康科技创新突破，以卓越品质打造民族乳业发展新高地。

共享成果塑价值。我们将携手伙伴，共创共享发展成果，通过持续规范运作，加强投资者沟通，创造股东价值；秉持平等互惠理念，与供应链伙伴建立良好的合作机制和方式，推进合作共赢；持续优化客户服务，提升服务体验，保护消费者权益；注重员工培养与发展，与员工共同成长，推进职企共赢。

回馈社会重担当。我们将不忘初心，持续担当国企社会责任，通过强化安全生产意识和能力，筑牢企业安全发展底线；贯彻绿色发展理念，践行节能减排降碳，助力国家“碳中和”目标；倡导和引领全民健康生活理念，以营养健康产品推进消费升级；持续增进民生福祉，关注青少年成长，助力健康中国。

未来，我们将继续立足首都城市功能定位，推动国内及海外新业务拓展，以更务实的工作作风，更坚定的改革举措，推进三元食品高质量发展，推进各项战略规划落地，确保“十四五”开好局、起好步，以优异成绩向建党 100 周年献礼！

责任荣誉

<p>2020 年 1 月，荣获 2019 “中国时间” 年度经济新闻盘点暨 “推动中国” 影响力品牌展示 “‘推动中国’ 影响力品牌突破奖”</p>	
<p>2020 年 5 月，荣获消费日报社 “履行社会责任杰出企业” 奖项</p>	
<p>2020 年 10 月，荣获中国奶业协会颁发的 “中国小康牛奶行动” 荣誉证书</p>	
<p>2020 年 10 月，荣获中国奶业协会颁发的 “2020 年抗疫捐赠奶业企业” 荣誉称号</p>	
<p>2020 年 10 月，荣获证券日报社颁发的第三届中国乳业资本论坛 “2020 最具社会责任奖”</p>	

<p>2020 年 10 月，在全国少年儿童“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>A certificate with a red border and the title '证书' (Certificate). The text reads: '北京三元食品股份有限公司 被授予全国少年儿童“劳动美·丰收乐”主题公益活动 科普宣传爱心单位'. It features logos for the company and the activity.</p>
<p>2020 年 11 月，在“第三届北京责任展暨责任金牛奖”颁奖礼上，《北京三元食品股份有限公司 2019 社会责任报告》荣获“五星级”评级；同时，三元食品凭借七十年匠心品质荣获“责任产品奖”</p>	 <p>A display for the 100th anniversary of CSR. It features a large '100 CSR' logo, the text '中国社会责任百人论坛', and a trophy on a blue base.</p>
<p>2020 年 12 月，荣获中国食品安全报社“‘食届助力 全国抗疫’ 社会责任企业”荣誉称号</p>	 <p>A certificate with a gold border and the title '荣誉证书' (Honor Certificate). The text reads: '授予：北京三元食品股份有限公司 “食界助力全国抗疫” 社会责任企业'. It includes the CFSN logo and a date stamp from December 2020.</p>
<p>2020 年 12 月，在人民网主办的“2020 人民财经高峰论坛暨人民之选匠心奖颁奖盛典”中，荣获“人民匠心品牌奖”</p>	 <p>A trophy on a red base. The background features a red banner with the text '2020 人民财经高峰论坛' and '人民之选匠心奖'.</p>
<p>2020 年 12 月，在国家“学生饮用奶计划”实施 20 年暨现代奶业评价体系建设推进会上，荣获“中国学生饮用奶——学生营养改善贡献企业”奖项</p>	 <p>A display for the Student Milk Plan award. It features a house-shaped structure with a cow illustration, the text '守护未来' (Guarding the Future), and various student milk products.</p>

附录

(一) 关键绩效

经济绩效				
指标	单位	2018 年	2019 年	2020 年
纳税总额	亿元	4.70	2.23	3.67
营业收入	亿元	74.56	81.51	73.53
科研投入	万元	2873.20	2035.56	3532.74
科技工作人员数量	人	55	60	37
新增授权发明专利数	个	1	2	1
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	179	204	195
供应商受处罚数量	个	0	0	0
培训供应商次数	次	1	1	2
培训供应商数量	个	90	120	120
社会绩效				
指标	单位	2018 年	2019 年	2020 年
员工总数	人	7,847	7,088	6,721
报告期内吸纳就业人数	人	754	846	745
女性员工人数	人	4,399	3,858	3,644
本地化雇佣比例	%	38.89	50.84	54.12
员工流失率	%	11.72	11.53	11.97
内部工作环境员工满意度	%	87.5	80	80.36
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	8	7	7
少数民族或其他种族员工比例	%	3.51	3.26	3.38
残疾人雇佣率	%	0.20	0.25	0.27

三元食品 2020 社会责任报告

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	59,194	46,071	49,275
员工培训投入	万元	215.9	165.6	99.2
安全生产投入	万元	462.8	542.7	793.63
安全生产事故数	次	0	0	0
安全培训人数	人	13,587	13,810	12,690
环境绩效				
指标	单位	2018 年	2019 年	2020 年
环保总投资	万元	119.215	97	705
环保培训人数	人	1,340	1,326	1,262
环保培训时长	小时	120	120	80
能源综合消耗总量	吨标准煤	11868	11632	11562
万元产值综合能耗	吨标准煤/ 万元	0.051	0.044	0.044
废水排放量	万吨	33.77	80.16	84.61
废气排放量	万立方米	8,813.483	8,613.120	6,703.256
废弃物排放量	吨	6.65	3	5.3
年度新鲜水用水量	吨	1,196,112	1,145,135	1,057,605
污水回收再利用率	%	20	20	20
办公室用水总量	吨	14	18	22
玻璃瓶使用量	亿瓶	1.86	1.84	1.27

(二) 指标索引

目录		中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR4.0)	页码
关于本报告		P1	
领导致辞		P2	
聚焦一：推进供给侧改革，开创乳业新生态		P3.1-3.2	
聚焦二：齐心战“疫”保供，坚守营养保障		P3.1-3.2	
走进三元	企业简介	P4.1-4.4	
	公司治理	M1.1,M1.3,S1.1-1.2	
	加强党建	M1.3	
铸品质 续写匠心传承	强化奶源管理	M2.2,M3.1	
	严控产品质量	M2.2-2.3	
	科技创新	M2.4-2.7	
	冷链运输	M2.1,M3.1	
	品尝三道关	M2.2,M3.1	
	食品可追溯	M2.2,M2.12	
	专题：匠心坚守品质， 打造民族乳业发展新高地	M2.1-2.2,M2.4,M3.4,M3.6	
塑价值 共享发展成果	创造股东价值	M1.2-1.6	
	优化客户服务	M2.1,M2.9,M2.12,M2.14	
	合作伙伴共赢	M3.1,M3.4,M3.6,M3.8-3.10	
	促进员工成长	S2.1-2.4,S2.8-2.12,S2.14-2.18	
	专题：凝聚品牌力量， 促进消费升级	M2.2,M2.12,M3.1,M3.5	
重担当 建设美好家园	保障安全生产	S3.1-3.6	
	践行绿色发展	E2.3-2.4,E2.9,E2.13,E2.15,E2.19-2.20 ,E3.1-3.2	
	传递健康理念	M2.9,M2.12	

三元食品 2020 社会责任报告

	共建和谐社区	S4.1,S4.6,S4.8,S4.9-4.10	
	专题：三元学生奶， 助力健康中国	S4.6,S4.8-4.9	
社会责任管理	责任组织	G1,G3	
	责任融合	G5	
	责任沟通	G6	
未来展望		A1	
责任荣誉		A3	
附录	关键绩效	A2	
	指标索引	A5	
	评级报告	A4	
	意见反馈	A6	

（三）评级报告

暂无

（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七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？