



烟台双塔食品股份有限公司

2022年度

环境、社会及治理（ESG）报告

Environmental, Social
and Governance Report



目录 CONTENTS

一 综述

- 公司概况
- 主要产品
- 主要业务板块及应用
- 奖项荣誉

二 公司治理

- 治理结构
- 三会运作与信息披露
- 投资者关系
- 党建引领
- 内控管理

三 可持续经营与绿色发展

- 产品与渠道
- 研发与创新
- 产品质量保障
- 循环经济
- 数字赋能

四 供应商、客户与消费者权益保护

- 供应链管理
- 客户服务
- 消费者权益保护

五 职工权益保护

- 员工利益保障
- 职业健康与安全生产
- 员工构成与员工关怀

六 履行社会责任

- 精准扶贫与乡村振兴
- 行业发展
- 社会责任



关于本报告

报告概览

本报告是烟台双塔食品股份有限公司（以下简称“双塔食品”、“公司”或“我们”）发布的首份环境、社会及治理报告或称ESG报告（以下简称“本报告”）。公司始终坚持可持续发展理念，在企业高质量发展的同时积极履行社会责任。

本报告旨在通过系统阐述双塔食品2022年度在ESG方面的管理工作与成果，回应利益相关方的期望和需求，客观全面展示公司2022年度在环境、社会及公司治理（ESG）方面的工作理念、实际活动及成效，以及在循环经济、可持续发展方面的表现。

报告时间范围

本报告涵盖的时间范围2022年1月1日至2022年12月31日（以下简称“报告期”或“本年度”）。为提高报告完整性，部分内容可能超出上述时间范围。

报告组织范围

本报告内容涵盖烟台双塔食品股份有限公司及其全资子公司和控股子公司。

报告发布周期

本报告为年度报告。

报告数据来源

本报告数据来源于本公司内部文件和相关数据统计，本报告与公司2022年度报告同时披露，本报告内容所涉及的财务数据已经公司聘请的审计机构审计。

公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

报告编制依据

本报告主要依据《深圳证券交易所股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第1号-主板上市公司规范运作》、《深圳证券交易所上市公司环境、社会责任和公司治理信息披露指引（征求意见稿）》、中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 4.0）》、《社会责任国际标准ISO 26000:2010》及国家标准《社会责任报告编写指南》(GB/T 36001-2015) 和《中国证监会关于发挥资本市场作用服务国家脱贫攻坚战略的意见》（证监会公告〔2016〕19号）等规定，并结合公司发展的实际情况编写而成。

公司地址及联系方式

联系地址：

山东省招远市金岭镇寨里村烟台双塔食品股份有限公司

邮政编码：265404

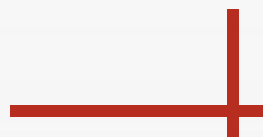
联系电话：0535-8938520

电子邮件：shuangtashipin@shuangtafood.com



第一部分 综述

- 公司概况
- 主要产品
- 业务板块及应用
- 奖项荣誉





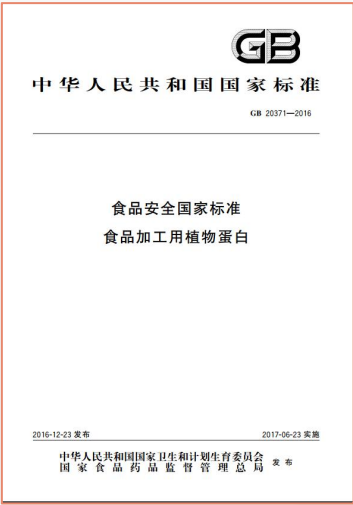
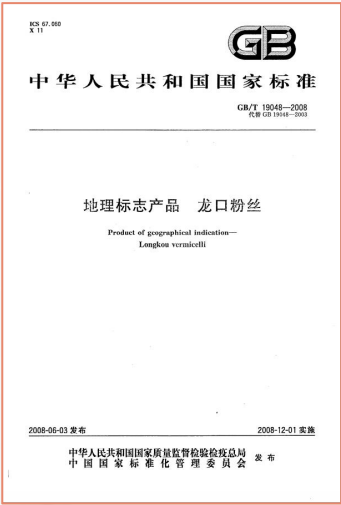
1.1 公司概况

烟台双塔食品股份有限公司成立于1992年，前身为烟台金华粉丝有限公司，坐落于“中国粉丝之都”、龙口粉丝的发源地与主产地山东省烟台市招远市。公司从一家濒临倒闭的粉丝小作坊，三十年时间发展成为豌豆全产业链龙头企业，是目前行业内规模最大的龙口粉丝、豌豆蛋白、膳食纤维、豌豆淀粉生产企业。

公司先后参与制定了《GB/T 19048-2008 地理标志产品 龙口粉丝》、《GB 20371-2016 食品安全国家标准 食品加工用植物蛋白》、《食品安全国家标准 植物蛋白肽》、《植物基肉制品》团体标准等多项标准的制定。

公司生产的“双塔”牌龙口粉丝曾先后获得中华人民共和国质量奖、中国食品博览会金奖、中国农业食品博览会金奖、中国农业食品博览会“名牌品”、中国国际农业博览会“名牌产品”，在行业内最早获得中国名牌、中国驰名商标，2019年被认定为“山东老字号”，是山东省制造业单项冠军企业、山东省制造业高端品牌企业。公司是行业内首个国家级重点高新技术企业，行业内唯一国家级循环经济教育示范基地，是行业内唯一境内A股上市公司。

公司在传承和壮大龙口粉丝产业的同时，加快转型升级，构建多元化发展格局，现已形成“豌豆-淀粉-粉丝-蛋白-膳食纤维-植物肉-植物奶-沼气发电-生物质天然气-食用菌-有机肥”“1+10”循环经济产业链，开创了独具特色的“双塔模式”。





1.2 主要产品



龙口粉丝系列

龙口粉丝系列

龙口粉丝系列

龙口粉丝系列



绿豆宽粉

龙口粉丝系列

龙口粉丝系列

马铃薯粉丝



绿豆蛋白

豌豆蛋白

植物肉系列

植物肉系列



代餐奶昔系列

豌豆蛋白

膳食纤维



1.3 业务板块及应用

公司主要业务板块包括豌豆蛋白、粉丝、膳食纤维等。近年来，公司坚持做大做强做精主业的发展思路，聚焦主业发展，优化产品结构，致力打造豌豆全产业链发展模式。

豌豆蛋白

豌豆蛋白业务已发展成公司最主要的业务板块之一，公司是目前全球规模最大的豌豆蛋白生产企业，豌豆蛋白提取技术一直处于行业领先水平，同时掌握生物发酵工艺、干法工艺、新干法工艺三种豌豆蛋白提取技术。

豌豆蛋白与其他植物蛋白相比，具有非转基因、无过敏源、零胆固醇、低脂肪等优势，下游应用市场广阔。豌豆蛋白主要应用到固体饮料、植物肉、能量棒、早餐谷物、烘焙食品、宠物食品等领域。

粉丝业务

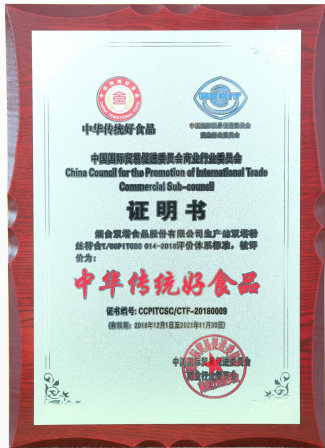
公司是行业内规模最大的粉丝生产企业，是龙口粉丝龙头企业。公司生产的“双塔”牌龙口粉丝曾先后获得中华人民共和国质量奖、中国食品博览会金奖、中国农业食品博览会金奖、中国农业食品博览会“名牌产品”、中国国际农业博览会“名牌产品”，在行业内最早获得中国名牌、中国驰名商标，2019年被认定为“山东老字号”，是山东省制造业单项冠军企业、山东省制造业高端品牌企业。

膳食纤维

纤维是豌豆深加工的副产品，经过超微粉碎工艺，可生产出更高品质的豌豆纤维粉。豌豆纤维主要作为食品原料、猫宠用品原料，应用于纤维产品的生产，部分产成品也直接向保健食品生产企业销售。膳食纤维已被学术界列为继糖、蛋白质、脂肪、水、矿物质和维生素之后的“第七大营养素”。目前公司生产的纤维主要集中在烘焙食品、肉制品、饮料制品、粗粮制品、果酱、猫砂等应用领域。

1.4 奖项荣誉

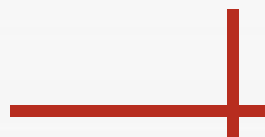
- ▼ 2019年，公司“双塔”商标被认定为“山东老字号”。
- ▼ 2019年，公司被授予“山东省制造业高端品牌培育企业”。
- ▼ 2019年，公司被授予“国家循环经济教育示范基地”。
- ▼ 2019年，公司被授予“山东优质品牌产品”。
- ▼ 2019年，公司被授予“山东省科普教育基地”。
- ▼ 2019年，公司被授予“健康突出贡献企业”。
- ▼ 2020年，公司获第14届中国上市公司价值评选社会责任奖。
- ▼ 2021年，公司获中国食品工业协会科学技术奖二等奖。
- ▼ 2022年，公司入选第一批“好品山东”品牌。
- ▼ 2022年，公司被认定为国家农业国际贸易高质量发展基地。
- ▼ 2022年，公司被认定为第二批山东省农产品出口示范企业。
- ▼ 2022年，公司被认定为山东省文化和科技融合示范基地。
- ▼ 2023年，公司被认定为国家级绿色工厂。





第二部分 公司治理

- 治理结构
- 三会运作与信息披露
- 投资者关系
- 党建引领
- 内控管理



2.1 治理结构



董事会成员构成

3名独立董事

3名股东代表

3名管理层代表



监事会成员构成

3名监事

含1名职工监事

股东大会

股东大会是公司最高权力机构，行使公司经营方针、投资计划、利润分配方案、章程修改等重大事项的决策权。公司平等对待全体股东，保障全体股东特别是中小股东对公司重大事项的知情权和参与权，确保全体股东充分行使自己的权力。

董事会

董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》等制度开展工作，严格执行股东大会决议。

董事会成员背景多元化：董事会由股东、管理层代表以及独立董事构成，其中独立董事包含高校学者、律师、行业专家。

董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会、提名委员会。

监事会

监事会依据《监事会议事规则》等规章制度召开监事会，出席股东大会，列席董事会，对公司重大事项、关联交易、财务状况、董事和高管履职情况进行有效监督并发表监事会意见。

管理层

管理层办公会积极跟进并执行董事会决策，定期召开管理层会议，对公司整体的生产经营、安全、环保、财务等进行审议分析，会议结束后，形成决议，安排专人进行跟踪落实。公司管理层通过管理层会议，保证了日常经营事务的正常运转，保障了战略决策的有效执行和落地。



2.2 三会运作与信息披露

公司严格按照《公司法》、《证券法》等国家法律、行政法规和《公司章程》的有关规定，股东大会、董事会、监事会、管理层之间权责分明，公司经营管理科学、合理、有效。

公司严格按照法律法规的要求规范“三会”运作，2022年共召开2次股东大会、4次董事会，4次监事会。同时，公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会四个专门委员会。

公司采用线上+现场等多种形式召开会议，在召开股东大会时，均提供了网络投票方式，保障股东特别是中小股东对公司重大事项的知情权、参与决策和监督等各项权利。公司在审议与中小投资者利益相关的重要事项时，对中小投资者表决实行单独计票，充分反映了中小投资者意见。

2021年年报、2022年一季报

公告日期：2022年4月20日

文件总数：披露及报备文件总数43份。

2022年半年度报告

公告日期：2022年8月24日

文件总数：披露及报备文件总数14份。

2022年三季度报告

公告日期：2022年10月28日

文件总数：披露及报备文件总数13份。

2022年度，公司对外披露文件数量122份，4份定期报告。根据《公司章程》、《深圳证券交易所股票上市规则》和中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的相关法律法规的要求，公司认真履行信息披露义务，真实、准确、及时地披露公司相关信息，不存在选择性信息披露或隐瞒信息披露的情形，对于涉及公司经营的重大事项，公司及时与监管部门沟通、咨询，征求公司独立董事事先认可，确保重大事项披露的及时、准确、完整，确保公司所有股东、特别是中小投资者公平地获得公司相关信息。



2.3 投资者关系

报告期内，公司严格按照有关法律法规及《深圳证券交易所股票上市规则》履行信息披露，以确保公司所有股东以平等的机会获得信息；此外，公司指定董事会秘书为投资者关系管理负责人，组织实施投资者关系的日常管理工作，通过电话、邮件、互动易等形式及时解答投资者问题；指定证券部为专门的投资者关系管理机构，加强与投资者的沟通，充分保证了广大投资者的知情权。



公司高度重视投资者关系管理，积极回复投资者互动平台问题、来电及电子邮件。2022年度，在深圳证券交易所“互动易”平台解答152条投资者咨询，接听200余次投资者咨询或建议电话，同时，将投资者提出的合理化建议与意见及时向公司管理层汇报、反馈。

公司致力于构建良好的投资者关系，灵活运用多样化的沟通渠道与投资者进行有效沟通。2022年4月，公司2021年年度报告披露后，组织开展了年度报告业绩说明会，投资者在线上与公司董事、高级管理人员直接进行了沟通交流。

2022年11月，公司参加了“心系投资者、携手谋发展”山东辖区上市公司2022年度投资者网上计提接待日活动。

2.4 党建引领

公司党支部在上级党委的大力支持下，始终坚持把强化党组织的政治功能贯穿于企业管理的全过程，充分发挥党组织的政治核心作用，创新党建工作指导机制，努力把党的政治优势转化为企业发展优势，实现了党建强、发展强的联动双赢机制。

创新党员管理。公司党支部创新党员管理，提出“三做两学一看齐”。“三做”，就是在社会上做“模范公民”、在企业做“模范党员”、“模范员工”、在家庭做“模范丈夫（妻子）”；“两学”，就是学党章党规、学系列讲话；“一看齐”，就是向全国的、各行各业优秀党员、模范党员看齐。

注重班子优化。将分管生产、技术、营销、财务的公司高管纳入党支部领导班子，确保班子中既有精通党务工作人员，也有深谙经营管理的专业人员，努力把核心层建设强。

层层落实责任。建立考核评价体系，定期对基层党建工作进行检查；每年底将党建工作考核作为核心内容，要求基层党员进行述职、评议、考核，切实维护党建工作的严肃性。

丰富文化活动。定期组织庆“七一”活动，举行隆重的升旗仪式、组织党员重温入党誓词，培养党员的爱国、爱党、爱企情怀；组织“奋斗新时代、追梦新征程”庆祝祖国华诞庆典活动。

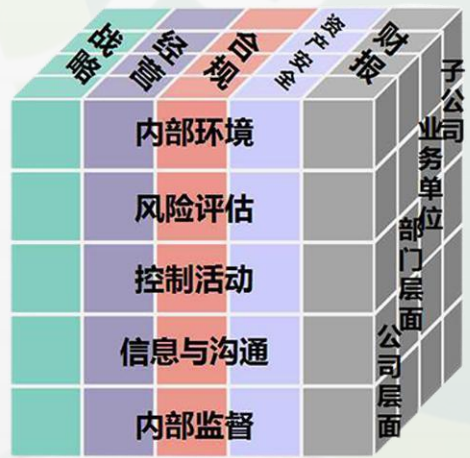
实施“楷模领航”工程。推出表现突出的党员典型，采取“点、线、面”结合方式，打造“有貌可观、有经可取”的党建样板，营造学劳模、赶先进、争当标兵的浓厚氛围。



2.5 内控管理

公司根据中国证监会、深圳证券交易所的有关规定，遵循内部控制的基本原则，按照公司实际情况，已建立健全了公司的内部控制制度体系并得到有效的执行，并由审计委员会、内部审计部门共同组成公司的风险内控管理组织体系，对公司的内部控制管理进行监督与评价，公司《2022年度内部控制自我评价报告》全面、真实、准确地反映了公司内部控制的实际情况，公司不存在内部控制重大缺陷和重要缺陷。

公司按照中国证监会《关于开展上市公司治理专项行动的公告》的规定及《关于上市公司治理自查有关事项的通知》等文件要求，积极开展上市公司专项治理行动，对公司治理情况进行全面自查并形成自查报告。公司严格对照《公司法》《证券法》等有关法律、行政法规，以及《公司章程》《股东大会事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等内部规章制度，对照专项活动的自查事项进行了自查。经自查，公司建立健全了较为完整、合理的法人治理结构及内部控制体系，不存在对公司经营和业绩有重大影响未披露的事项，也不存在资金占用、违规担保、财务造假等损害中小股东利益等情况。但随着公司发展，内部、外部环境不断的发生变化，公司需要继续加强自身建设、规范运作，不断提高公司治理和经营管理水平，进一步完善内部控制体系。

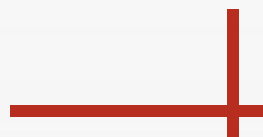


开展反腐倡廉。公司注重干部职工的思想教育，定期组织干部职工进行警示教育和革命传统教育，提高干部和重要岗位员工廉洁自律和廉洁从业意识。同时，严刹请客送礼等不正之风。



第三部分 可持续经营与绿色发展

- 产品与渠道
- 研发与创新
- 产品质量保障
- 循环经济
- 数字赋能

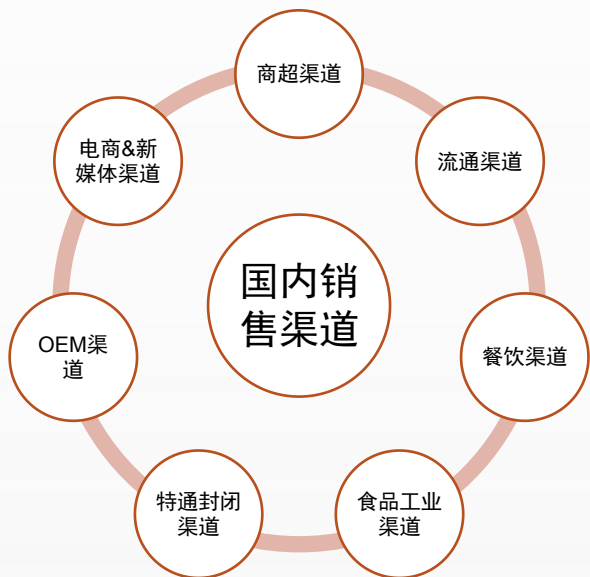




3.1 产品与渠道

公司主要产品包括粉丝、豌豆蛋白、膳食纤维、豌豆淀粉、植物肉等系列产品，其中粉丝、豌豆淀粉、膳食纤维主要以国内销售为主，豌豆蛋白产品以海外销售为主。公司生产的双塔牌龙口粉丝远销海外100多个国家和地区，豌豆蛋白主要销售到美国、欧洲。

国内销售渠道包括：流通渠道（农贸批发市场、菜市场、便利店等）、商超渠道（国际卖场、全国性连锁卖场、区域性连锁超市）、餐饮渠道（星级连锁酒店、全国性连锁餐饮、区域性连锁餐饮）、食品工业渠道、特通封闭渠道、OEM渠道、电商&微商&新媒体渠道。



商超渠道中有沃尔玛等国际连锁商超（NKA）终端网点1500个，有永辉等全国连锁商超（LKA）终端网点16000个，有步步高区域性连锁超市（RKA）30000个。

流通渠道终端客户210000个。

餐饮渠道终端网点76000个。

海外市场销售主要为豌豆蛋白、粉丝类产品，豌豆蛋白类产品下游客户类型包括众多经销商及终端客户，目前以经销商为主要销售对象。

经过多年的发展，公司已经建立广泛的国际销售网络，与Beyond Meat、美国杜邦、瑞士雀巢、日本双日等越来越多的客户建立了长期、稳定的合作关系。





3.2 研发与创新

近年来，公司不断持续加大研发投入，对豌豆全产业链上的关键技术、关键产品进行深度研发和技术攻关。连续四年研发投入持续稳定增加，2019年4872.50万元、2020年5810.53万元、2021年7245.14万元、2022年7040.36万元，持续提高的研发投入和研发团队力量，对公司研发能力的保障和可持续核心竞争力的打造提供了坚实基础。

公司拥有行业首个“CNAS国家认可实验室”、行业唯一院士工作站，先后被认定为山东省企业技术中心、山东省工程实验室、烟台市技术创新中心、烟台市“一企一技术”研发中心。先后承担了国家火炬计划、星火计划、国家科技支撑计划项目。获得山东省科技进步三等奖2次、获得国家商业联合会科技进步一等奖2次、获得山东省技术创新一等奖5项、二等奖2项、三等奖2项。

多项关键技术达到国际先进水平、行业先进水平。公司“龙口粉丝产业链关键技术”达到国际领先水平、“利用土著乳酸菌提高豌豆淀粉分离效率的研究及产业化”技术水平达到国际先进水平、“低钠高钙零大豆过敏原豌豆分离蛋白的研究及产业化”技术水平达到国际先进水平。

公司现有发明专利10项，实用新型专利14项，软件著作权专利25项，其中“一种从豌豆豆清废水中提取抗菌肽及白蛋白的方法”获得美国、加拿大、比利时发明专利授权。





3.3 产品质量保障

公司始终秉持“做放心食品、做良心食品”理念，将产品质量安全始终放在第一位，从源头把好产品品质，这是公司从根本上强化产品质量管控的原则。与海内外原料种植基地建立系统性管理联动机制，确保原料从种植到收获的全过程掌控，原料入厂必须经过严格的批次检测，层层把关，坚决杜绝不合格原料进入生产环节。

公司投入巨资，购置了大量先进的检测仪器和设备，建立了产品质量安全检测体系。公司质量管理体系完整、规范，运转有效，实现了从原料、辅料、半成品、成品和生产过程的全流程控制。

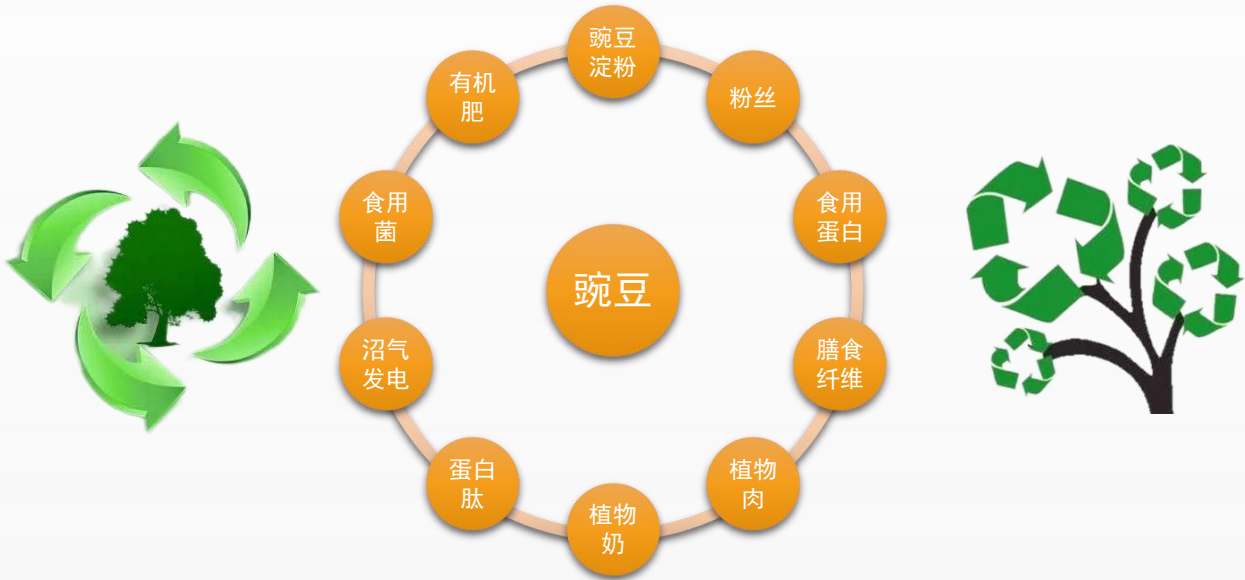
严格落实车间负责制，把“管生产必须管质量”和“谁主管，谁负责”的原则贯穿到生产管理当中。强化车间现场检查和专项检查，实行无缝隙监管。



3.4 循环经济与绿色发展

公司是目前行业内唯一国家级循环经济教育示范基地。将一粒豌豆吃干榨净，形成了“豌豆-淀粉提取-粉丝加工-食用蛋白-膳食纤维-植物肉-植物奶-蛋白肽-废水沼气发电-生物质天然气-粉渣培植食用菌-菌渣生产有机肥”的“1+10”循环经济产业链条。

技术创新是企业高质量发展的关键。公司成功研发出“从粉丝废水中提取食用蛋白及其生产工艺”技术，与中国肉类食品研究中心联合研发的“豌豆蛋白与纤维在肉制品中的创新应用”技术，达到国际先进水平。科技创新的支撑带动，为公司循环经济发展插上翅膀。



公司始终贯彻豌豆全产业链战略，将一粒豆子进行全程生态培育、全成分高效利用，全程可追溯管理、全产业链系统开发。通过全方位价值开发，充分挖掘豌豆蕴含的所有价值，实现生态研发、生态培育、生态循环、生态追溯，打造健康、生态、绿色食品王国。

公司积极践行“双碳战略”，着眼于废水、废渣的综合利用，真正实现了一粒豆子的全价值利用。依托生物发酵工艺，通过不断完善循环产业链，公司综合成本大幅度降低，循环体系的形成，成功实现了既要金山银山又要绿水青山的多赢发展格局。



3.5 数字赋能

公司近年来通过企业大数据建设，推动公司整个业务的线上化，把销售、生产、财务、供应链、设备管理、采购等等，通过ERP、OA、MES、EMS、DCS，全方位的推进信息化管理，形成企业内部大数据的数据源。积极推进企业大数据对企业安全生产管理、对企业能源节能管理、对产品质量控制、对企业日常运营的预警、控制、追溯和分析，让企业的战略发展内容得到了实实在在的落地。

数字化转型的客户战略。结合新零售概念，与公司销售体系推进营销领域的全数字化建设，构建以客户需求为中心的智慧化企业是企业数字化转型的主要目标。专注于在数字经济条件下，如何从过去的以产品为中心，向以产品与客户结合为中心的战略进行转变，全面审视企业当前客户战略的缺点和不足，从客户体验出发，来重塑产品满足客户价值逻辑，制定符合自身业务特色的产品与客户生态战略。

数字化转型的业务战略。结合公司的全面预算体系，实现公司运营的全数字化转型，将推动业务变革、流程再造和业务模式创新，数字化转型的本质，就是业务的转型，科学制定数字化的业务转型战略，是数字化转型的核心内容。

数字化转型的智能战略。结合生产工艺和生产执行要求，打通智能设备与公司数据中台的连接，布局人工智能战略，推动人工智能技术在企业各个业务环节的应用，加快引入市场上业已成熟的各类业务机器人，推进人机协同、增强智能、辅助智能的应用，推动传统业务系统的智能化改造，制定人工智能战略目标，实现企业全面的智能化升级。

数字化转型的数据战略。构建以数据为核心生产要素，以数据作为主要生产资料，是数字化转型在推动企业生产方式变革中的重要标志。企业在转型中，要把数据战略，作为企业数字化转型的核心战略，制定企业级的数据战略，来统筹企业在数字化转型中的数据开放共享、融合协同、创新应用。

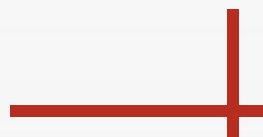
数字化转型的融合战略。解决企业本身数字化成本和资源短缺的现状，在数字化转型中，主动出击，变被动为主动，制定超前的技术战略，将互联网、物联网、大数据、人工智能、5G、云计算、区块链等先进的数字技术，纳入到企业的技术管理应用体系中来，构建一个自研驱动、采购辅助、PaaS、SaaS融合等多种形式相结合的企业数字化生态云体系。



第四部分

供应商、客户与消费者权益保护

- 供应商管理
- 客户服务
- 消费者权益保护





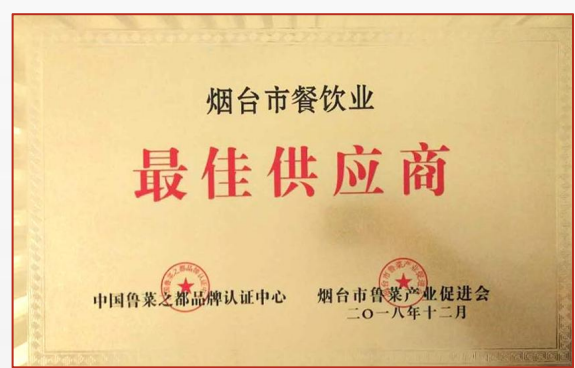
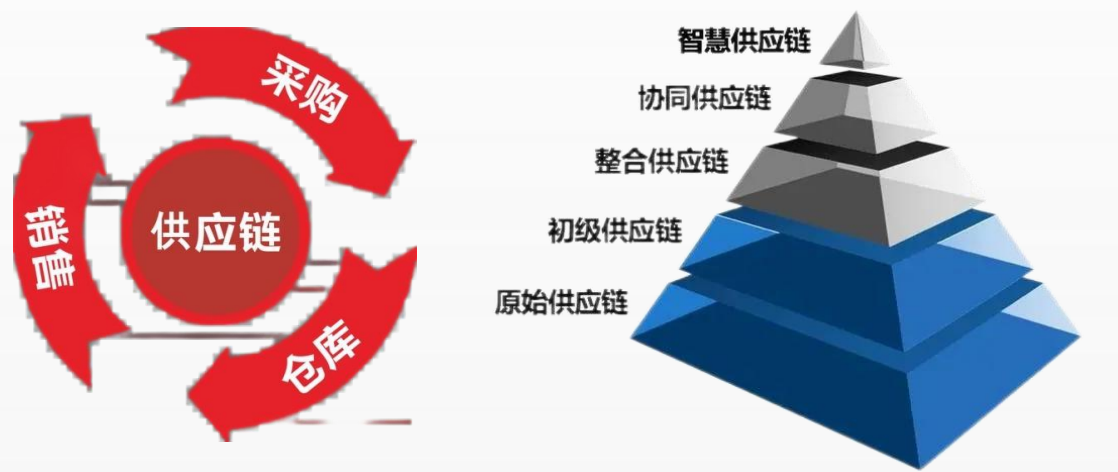
4.1 供应商管理

供应商是助力公司发展的重要合作伙伴，供应链管理是决定公司综合竞争力的关键一环。公司高度重视供应商的综合管理，通过不断引入优质供应商，提升公司总体运营水平，加强与供应商合作共赢、协同发展。

为规范管理供应商，公司建立了供应商准入相关制度，针对不同类型的供应商，设定不同的准入标准和要求。通过不断优化准入标准，优化供应商体系。

公司定期对供应商进行综合考评，及时淘汰不能满足公司需求的供应商。通过优胜劣汰机制，不断优化公司供应商管理，形成对供应商动态管理。

公司要求与供应商签署的合同要包含反商业贿赂条款，并要求供应商严格遵守相关规定。



4.2 客户服务

公司始终秉持“客户至上”、“客户优先”的经营理念，不断完善客户服务体系，为客户提供一站式服务。为快速响应客户诉求，快速解决客户诉求，提高客户满意度，公司搭建了快速高效的客服投诉处理平台，制定了售后响应机制，确保客户问题得到及时妥善处理。

设置400客户服务专线，构建“售前-售中-售后”全流程跟踪服务机制，售前服务为客户提供产品推介、品牌宣导等咨询服务。售中服务提供从订单下达、产品生产、产品包装、仓储物流、产品陈列等全方位服务。定期组织销售人员深入到客户店铺，了解客户需求，帮助客户解决销售中遇到的痛点、难点，通过帮助客户产品成列、促销等方式，将客户需求与公司利益紧紧绑定在一起。

定期通过组织经销商大会，及时向客户宣导公司的发展变化、产品升级、品牌建设、渠道建设等公司规划，及时向客户宣导公司新品、优品。

组织客户到公司实地察看公司的生产环境、生产流程、生产标准，让客户近距离了解和感受公司产品生产的全流程。



定期通过线上、线下方式，向客户调研对公司产品、客户服务、渠道建设、品牌推广等方面的意见与建议，并及时将客户意见与建议进行总结吸收，对存在或需要改进的问题进行整改，对合理化建议及时转化落地执行，实现了客户发展与公司发展的良性互动。

4.3 消费者权益保护

公司始终坚持“做放心食品、做良心食品”理念。将理念贯彻于生产经营之中，为消费者提供安全、健康、绿色放心食品，在行业内最早提出“零添加”，不添加明矾、不添加吊白块、不添加防腐剂、不添加食用胶、不添加盐、不添加色素。公司将食品安全、产品质量放在重中之重的位置。从源头原料、中间加工环节到物流配送，所有环节实现了无缝隙质量管理，决不让一件不合格产品走上消费者的餐桌。



持续为消费者提供营养、健康食品。公司与有关科研院校联手攻关，挖掘传统工艺下的粉丝健康理念，用生物发酵工艺生产出的淀粉制作粉丝，使产品含有丰富具有健康功效的益生元；公司自主研发的蛋白生产工艺，利用浸泡过程中豌豆本身产生的乳酸杆菌，调节PH值，控制等电点的分离技术，不但很好地保存了豌豆蛋白的功能性和豌豆天然的色泽和口味，而且不使用任何化学物质，豌豆蛋白含量高，达到了行业顶级水平。



打造向消费者开放的透明工厂。定期通过媒体开放日活动，邀请消费者走进工厂，实地了解公司产品生产的全过程，通过实地查看，让消费者买得放心、吃得更放心。

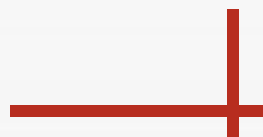
做好消费者教育，引导消费者健康消费。公司通过诚邀八大菜系名厨，现场制作以粉丝为食材的美味佳肴，引导消费者如何制作粉丝菜品，如何吃得美味，吃得健康。公司还定期与餐饮合作单位合作，现场向消费者展示粉丝菜品制作的方法。





第五部分 职工权益保护

- 员工利益保障
- 职业健康与安全生产
- 员工构成与员工关怀



5.1 员工利益保障

人才是企业发展的根本，公司始终坚持“以人为本，德才兼备”的原则，坚持“人人是经理，效果论英雄”的用人理念，通过内部培养与外部引进相结合的方式，与对口高等院校和科研机构联合，定向培养专业人才，持续不断地加大人才队伍建设，为企业高质量发展不断注入新的动力与活力。

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国社会保险法》等法律法规，坚决维护职工的合法权益。严格按照公司制定的相关招聘制度，规范用人标准及流程，通过与各高等院校、职业院校、第三方招聘平台合作，为企业发展招聘懂管理、懂技术的专业性人才，优化人才培养机制，为公司可持续发展筑牢基础。



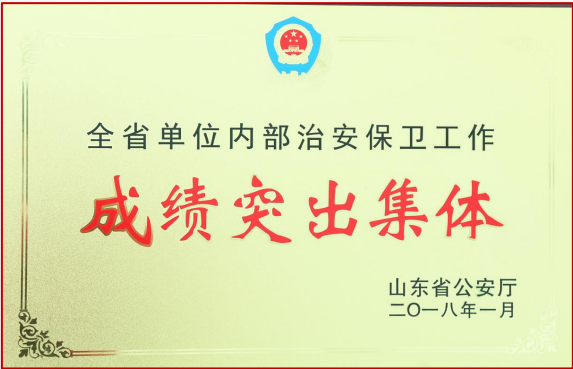
公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》和《禁止使用童工规定》，坚决禁止使用童工行为和强制劳工行为。公司在员工入职环时严格审核身份证、毕业证、相关专业技能证书等相关信息，并按照平等自愿原则签订劳动合同。公司实行审批加班制度，对确实需要加班的情况，审核通过后准许加班，并按照国家法律法规和公司相关制度予以薪酬补贴。2022年度，公司未发生任何使用童工、强制劳工事件。

在人才培养与发展方面，公司坚持“以老带新、新老结合”的方式，打造阶梯型人才队伍。每年度根据公司发展规划，结合各部门实际情况和培训需求，制定详细的年度培训计划，开展以新员工入职培训、管理技能培训、专业技术培训、操作技能培训、综合业务素质培训等为主的各方面培训。培训内容涵盖企业文化、体系宣贯、制度学习、法律知识、财务管理、质量管理、研发创新、新技术技能、安全生产等；培训方式坚持内部培训与外部培训相结合，同时积极组织相关人员参加行业协会、监管部门及专业技术职业资格培训认证机构的各项培训，不断提升员工的技术水平和业务能力，提高工作效率和人才核心竞争力，促进员工和公司的共同发展。

5.2 职业健康与安全生产

公司高度重视安全生产工作，严格按照国家和行业安全生产法律法规和标准规范，深入贯彻落实省市各项安全生产工作要求，按照“安全第一，预防为主”的思想，牢固树立“安全生产、安全发展”理念，严格执行国家安全生产、职业健康、消防安全等方面的法律、法规，采取多项措施，保护员工职业健康。做好员工职业健康和安全生产的管理，公司建立了安全生产标准化体系，并成立专门负责安全生产管理部门，制定安全生产责任制度，按层级签署安全生产责任书，作为公司各层级安全生产职责指导和安全管理考核依据，同公司其他制度共同组成安全管理规章体系。

2022年度，公司全面开展安全教育培训，认真落实新员工入职安全教育、全员安全教育，特别是重点岗位安全教育，各类安全专题教育、事故警示教育等。定期开展《安全管理人员如何履职风险管控》、《企业如何落实应急管理责任》、《落实安全生产主体责任应做的那些事》、《企业安全风险预防机制怎样构建》等系列培训。公司安全管理部门通过深入到车间、班组，针对重点部门、重大风险点，开展安全专项整治活动，查找薄弱环节，集中整治违规违章等安全隐患，提高员工安全意识，促进管理提升。通过系统化常态化安全隐患排查与整治，及时排查和消除安全隐患，坚决遏制安全事故的发生。



为丰富安全管理知识，落实安全主体责任，公司安全管理部门定期邀请主管单位、行业专家到公司进行现场讲座，通过法规与案例相结合的方式授课。

5.3 员工构成与员工关怀

截至2022年12月31日，公司共有员工767名。

公司制定了有效的薪酬管理办法，实行行业有竞争力的工资水平，吸收、留住和激励公司发展需要的各类技术型、专业型、管理型人才。

公司坚持“你有多大能力就提供多大平台”，重视知识，重视能力，重视人才，特别是对公司战略贡献突出的岗位和人员，实行按劳取酬，多劳多得。公司薪酬体系由销售、生产和管理科室等系统构成，每个系统有具体的薪酬构成和发放标准。在公司经济效益不断增长的情况下，员工工资适度增加。



公司定期组织演讲比赛、文艺演出、歌咏比赛等活动，丰富员工的业余文化生活。对于退休的老党员、老干部、老职工，公司每年都会走访慰问。

专业构成	
专业构成类别	专业构成人数（人）
生产人员	503
销售人员	75
技术人员	120
财务人员	22
行政人员	47
合计	767

教育程度	
教育程度类别	数量（人）
本科及本科以上	88
大专	441
其他	238
合计	767

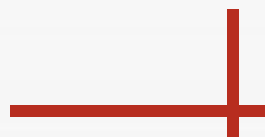
为提高员工生活质量环境，公司建有专门的职工宿舍，配置淋浴室，配套餐厅等，帮助外地职工子女就学，解决员工的居住和生活问题。

多年来，公司在关爱员工，提高员工的幸福度方面，从细节入手，让每一位在岗工作员工都感受到温暖。每年春节前夕，公司都会开通爱心直通车，将外地工人安全送到家，春节后再安全接回到公司，解决了外地工人买票难、回家难的难题。



第六部分 履行社会责任

- 精准扶贫与乡村振兴
- 行业发展
- 社会责任



6.1 精准扶贫与乡村振兴

公司充分利用作为农业农产品龙头企业的平台，结合当地农村的实际情况，实施乡村人才振兴、乡村产业振兴、乡村生态振兴战略，公司的发展与农村、农业、农民息息相关，作为行业龙头，力争在乡村振兴的道路上当好排头兵、领头雁，大力发展现代化产业化农业，带领广大农民致富奔小康，为乡村振兴贡献一份力量。

公司紧紧围绕乡村振兴战略需要，通过“走出去”、“引进来”战略，整合全球范围内农业方面的高精端人才，组建乡村振兴人才库，为乡村振兴提供强大的“智力”支持。同时，公司还与众多高校和科研机构建立了长期的人才培养计划，培养了一大批“三农”人才队伍。

为了帮助当地闲散劳动力就业，公司结合当地农村实际情况，在多个村兴建包装车间，让村里闲散劳动力不出村就可以实现就业，解决了上千人的就业问题，不仅增加了农村、农民的收入，还促进了农村社会治安稳定。

公司通过农村合作社，加快土地流转，让农民将分散的土地入股合作社、将小块地变成连片地，将这些土地发展成公司需要的农产品种植基地。公司充分利用当地农村农作物秸秆、果枝多且难以处理的特点，大力发展食用菌产业，将这些废弃的秸秆、果树枝变废为宝，作为培养食用菌的原料，通过种植基地的辐射和带动作用，形成产业化规模化经营。



6.2 行业发展

公司在不断发展壮大的同时，不忘带领行业健康发展。公司董事长杨君敏担任中国食品工业协会淀粉及淀粉制品委员会会长、中国食品土畜进出口商会豌豆制品分会理事长。通过协会搭建行业沟通的桥梁，共同应对行业发展中遇到的问题与挑战，规范行业发展秩序，引领行业高质量发展。



中国食品工业协会淀粉及淀粉制品委员会会长杨君敏，在2021年中国淀粉产业学术交流会暨中国农技协易县淀粉科技小院揭牌仪式上发言，从“淀粉行业的现状”、“淀粉产业的工艺创新”、

“淀粉的理化及功能指标”、“淀粉产业的创新应用”、“淀粉行业的发展方向”等五个方面，阐述了淀粉产业正在加快产业结构调整和优化升级，逐步形成现代生态循环产业体系，并探索绿色、低碳、循环发展的长效运行机制。

在2021年中国国际豌豆大会暨植物基食品高峰论坛上，中国食品土畜进出口商会豌豆制品分会理事长杨君敏致辞，中国食品土畜进出口商会豌豆制品分会自2019年11月成立以来，在中国食品土畜进出口商会的领导下，积极应对错综复杂的国际局势，克服诸多不利因素，推动豌豆制品行业着眼产业发展大局，凝聚行业合力，推动产业升级，实现了健康、有序发展。科技创新、转型升级、全产业链布局成为行业发展的共识，也是行业未来发展的方向。



通过中国食品工业协会淀粉及淀粉制品委员会、中国食品土畜进出口商会豌豆制品分会等行业组织，定期组织行业专家、行业企业代表以不同方式交流座谈，共同探讨行业发展过程中遇到的问题，共同规划行业未来发展方向，通过行业组织加强行业自律，有利于行业的长远发展。

6.3 社会责任

企业在发展壮大的同时，积极以大爱之心，努力回报社会、投身公益慈善事业。公司积极响应政府“爱心活动”，自觉承担社会责任，通过慈善总会捐献爱心款，踊跃奉献爱心，积极捐款捐物，助推慈善事业发展；设立了“爱心奖学金”，对贫困员工中有子女考上大学的学生提供奖学金，为这些学子圆梦大学助上一臂之力；每年重阳节期间，安排人员走进敬老院，慰问孤寡老人，为他们购买御寒的棉衣、被褥，不遗余力的关注老年人的生活，切实为他们办实事、解难题，把关怀和温暖送到老人身边，让敬老院的老人度过幸福、美满、安详、健康的晚年。



新冠疫情防控期间，公司将200多万元的蛋白肽和蛋白粉，驰援湖北武汉防疫一线，把能够提高抵抗力、增强免疫力的双塔高端健康食品定向捐赠给武汉市第七医院、武汉市东苑中西医结合医院的抗疫一线。公司还先后通过招远红十字会、烟台红十字会捐赠130多万元的蛋白粉、蛋白肽、即食粉丝等产品，慰问烟台奇山医院、招远当地抗疫一线人员；为金岭镇61个村庄的卡口值守人员送去了4000多桶即食粉丝，让金岭镇的村民们感受到本地企业的关爱和温暖。与省团委联手“为奉献者奉献”活动，捐赠20多万元的爱心大礼包，通过快递的方式，邮寄给山东省赴鄂医疗队的家属，慰问英雄家属。





做放心食品 做良心食品

董事长杨君敏

问题与反馈

为帮助公司不断改进公司环境、社会及治理报告（ESG报告），提升公司履行社会责任的能力和水平，诚挚希望倾听您的意见和建议。如有任何关于公司ESG相关工作的疑问，可及时联系公司。

联系方式：0535-8938520

电子邮箱：shuangtashipin@shuangtafood.com

联系地址：山东省招远市金岭镇寨里村烟台双塔食品股份有限公司