

新希望乳业

新鲜一代的选择

以“鲜”为美
“质”领未来

2025

可持续发展报告

SUSTAINABILITY REPORT



关于本报告

报告信息说明

本报告是新希望乳业股份有限公司（以下简称“新乳业”“新希望乳业”“公司”“我们”）发布的第6份可持续发展报告/企业社会责任报告。报告阐述了公司可持续发展理念和政策以及2025年在环境、社会及公司治理领域（以下简称ESG）做出的努力，回应利益相关方的期望与关切。

时间范围

本报告时间跨度为2025年01月01日至2025年12月31日，为保持信息的连续性，对部分内容进行了回溯和延展。所涉及信息来源于公司内部数据以及公开资料。

组织范围

本报告的组织范围涵盖新希望乳业股份有限公司及其下属成员企业的所有经营行为，并与公司2025年年度报告所披露的范围保持一致。

参考标准

深圳证券交易所发布的《上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》

气候相关财务信息披露工作组（TCFD）发布的《气候相关财务信息披露工作组建议报告》

联合国“全球契约”十项原则

联合国17项可持续发展目标（以下简称SDGs）

联络方式

如对本报告有任何建议和意见，请通过以下方式与公司联系：

新希望乳业股份有限公司

邮编：610023

电话：028-86748930

传真：028-80741011

官网地址：<http://newhopedairy.cn/>

目录

报告开篇

| | |
|----|-------|
| 01 | 关于本报告 |
| 03 | 管理层致辞 |
| 05 | 走进新乳业 |

01 鲜领筑基 夯实企业治理

| | |
|----|-----------|
| 11 | 公司治理 |
| 14 | 公司战略发展 |
| 15 | 利益相关方管理 |
| 17 | 双重重要性分析 |
| 19 | 内控合规和风险管理 |
| 21 | 商业道德 |
| 24 | 知识产权保护 |

02 绿色鲜生 筑就低碳生态

| | |
|----|--------------|
| 27 | 应对气候变化 |
| 31 | 环境管理 |
| 33 | 三废治理 |
| 35 | 资源与能源利用 |
| 38 | 生态环境保护与生物多样性 |

03 鲜质为基 筑牢食安防线

| | |
|----|-----------|
| 41 | 产品质量与食品安全 |
| 47 | 营养与健康机遇 |
| 49 | 深化客户服务 |
| 50 | 负责任营销 |
| 51 | 信息安全与隐私保护 |
| 53 | 产品技术创新 |

04 鲜链协同 打造极致新鲜

| | |
|----|--------|
| 57 | 负责任供应链 |
| 62 | 行业协作 |

05 鲜暖同行 共筑社会价值

| | |
|----|-------|
| 67 | 员工发展 |
| 81 | 健康与安全 |
| 88 | 社会公益 |

附录

| | |
|----|-------|
| 91 | 数据绩效表 |
| 97 | 指标索引 |
| 98 | 释义表 |

管理层致辞

2025年是新希望乳业五年战略承上启下的关键之年。这一年，我们以“鲜立方战略”为指引，在行业变革的浪潮中校准航向，当治理根基因远见而坚实，科技创新因突破而跃升，责任担当因初心而温暖——这既是我们对“科技营养食品企业”愿景的践行，更凝结于每一滴牛奶之中，是对品质的苛求、对消费者的承诺、对可持续发展的坚守。

以治理，稳舵定向

这一年，我们持续优化董事会治理结构，让多元视角为战略决策注入更多理性与远见。公司构建以风险管理委员会为核心的三道防线架构，持续优化风险库至4.0版本，将风险识别贯穿运营全流程。在商业道德层面，通过“阳光宣传周”等廉洁教育活动将合规要求融入日常管理，并建立完善的举报管理机制，形成内部监督闭环。此外，公司加强知识产权保护，累计有效专利数百项。扎实的风险管理与合规实践，印证了治理体系的有效运行，为企业稳健运营提供保障。

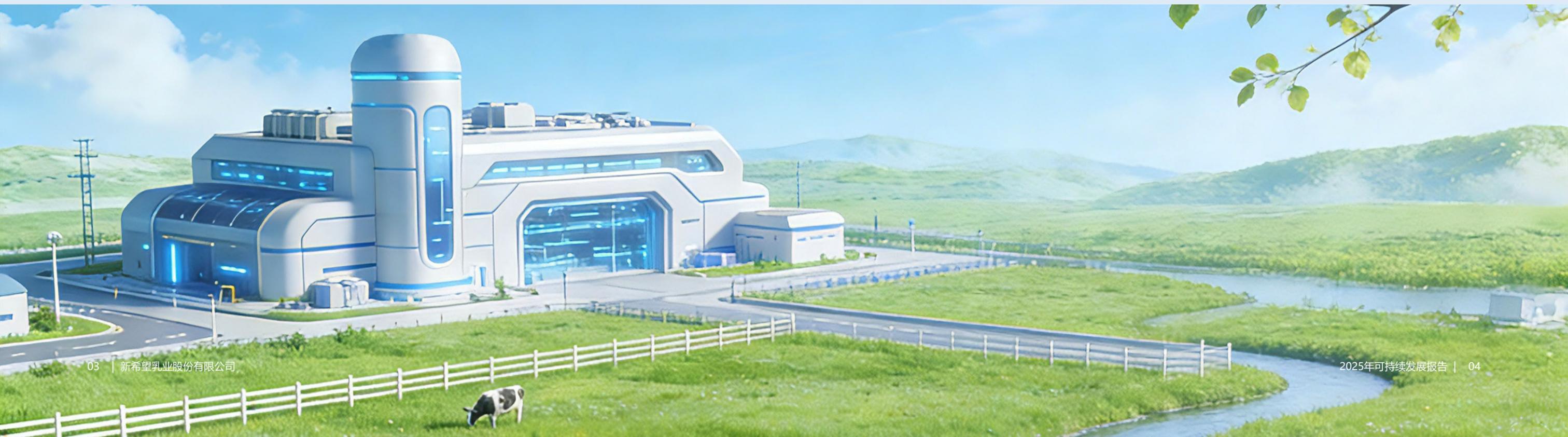
以科技，鼓满风帆

这一年，我们用科技重新定义“新鲜”的边界。节能方面，蝶泉乳业屋顶光伏项目并网发电，4家工厂获评国家级绿色工厂，让低碳成为生产的底色；数字化方面，旗下明星产品“24小时”系列鲜奶背后的极致新鲜供应链。经过数字化升级赋能与供应链改造，能够让用户实现极致新鲜的体验，更有“鲜活源”食安系统，实现一码溯源，让新鲜从牧场到餐桌一路鲜活。生物科技方面，我们建成拥有2,100株菌株的特色乳酸菌种质资源库，自主培育菌株完成太空实验，研发创新能力迈出关键一步，让中国乳业的创新之根深扎本土。

以初心，温暖航程

这一年，我们用行动定义温度。面对突发灾情，万件牛奶第一时间送达西藏定日县地震灾区；助力教育成长，“希望有你”公益团队走进保定校园，传承红色精神，捐赠价值40万元的营养学生奶及教育设施；深耕乡村振兴，与农户结成共生共荣的利益联结，累计投入资金近21,099万元用于定向收购农户种植的青贮玉米，让产业发展惠及田间地头。在公司内部，我们致力于构建多元包容的职场环境，905名少数民族员工积极参与文化融合活动，让不同文化背景的彼此更加贴近；同时建立起爱心基金，为困难的职工点亮希望，让每一位员工，都能在企业发展的进程中感受到支持与温度。

以新鲜为帆，向健康启航。我们将继续秉持“鲜活，让生活更美好”的信念，以更坚定的治理、更绿色的运营、更智慧的科技，更温暖的担当，让新希望乳业成为这个时代值得信赖的健康伙伴。我们将携手各方，以切实行动回应环境与社会期待，在可持续发展的道路上书写新的责任篇章。



走进新乳业

公司介绍

新乳业，中国最具有活力与创新的企业之一。公司聚焦低温乳品，立足西南，并深度布局华东、华中、华北、西北市场，构建了以“鲜立方战略”为核心价值的城市型乳企联合舰队。公司为用户提供优质营养的乳品，个性而多样化的消费体验，主张鲜活的生活态度，致力于成为“新鲜一代的选择”。公司2019年在深圳证券交易所正式挂牌上市（新乳业，股票代码002946）。截至报告期末，公司旗下有50家控股子公司、15个主要乳品品牌、17家乳制品加工厂、12个自有牧场。

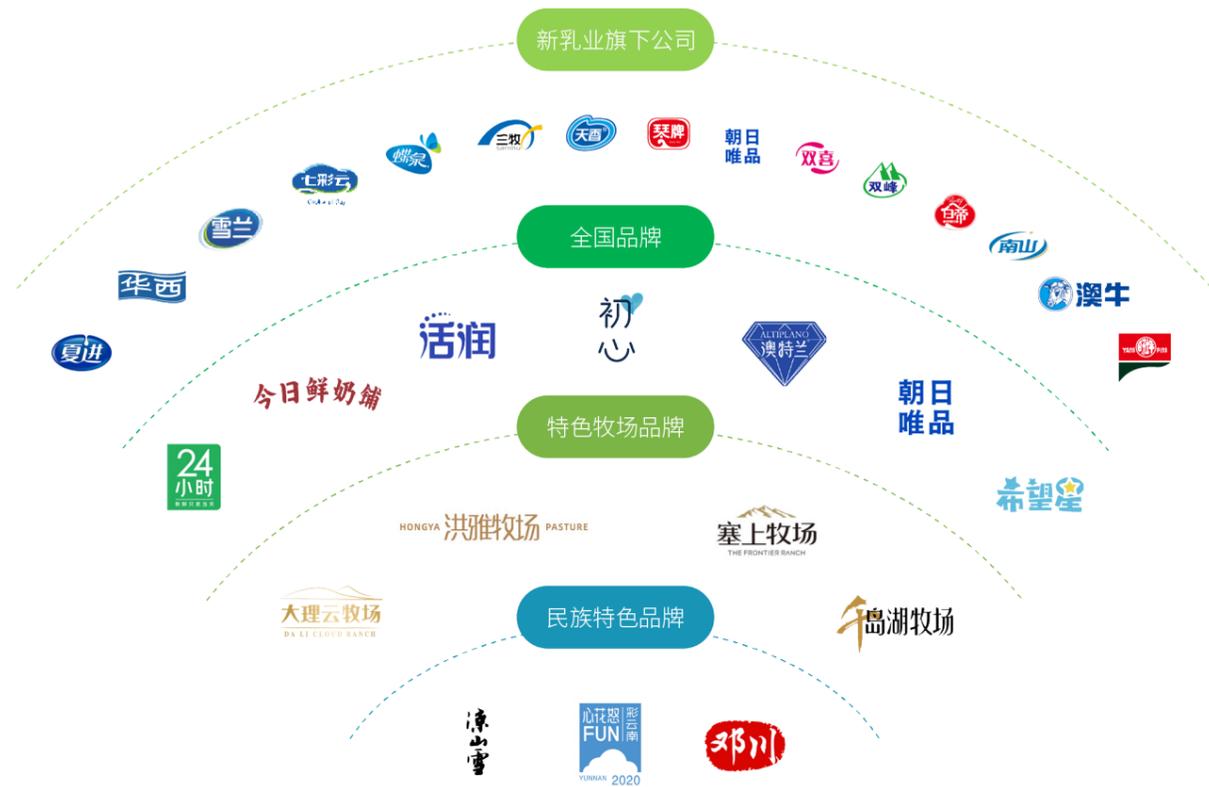
截至报告期末

50家
控股子公司

15个
主要乳品品牌

17家
乳制品加工厂

12个
自有牧场



文化与战略

新乳业作为中国乳品行业的领军企业，致力于通过创新和战略布局引领企业高质量发展，通过深化“新·鲜主义”理念，为企业及社会创造价值。

公司战略不断迭代，以“鲜立方战略”为核心，新乳业持续聚焦主业发展，明确了“做大做强核心业务，提升企业价值，五年实现净利润倍增”的战略目标。战略需要强大的定力，公司通过“鲜立方战略”，围绕新五年战略目标，不断探索实践路径。



业务布局

17家工厂

西北地区2家

宁夏夏进工厂

昊尔工厂

华北地区1家

河北天香工厂

华东地区5家

安徽白帝工厂

苏州双喜工厂

杭州双峰工厂

青岛琴牌工厂

莱阳唯品工厂

华中地区1家

湖南南山工厂

西南地区7家

四川华西工厂

洪雅阳平工厂

西昌三牧工厂

昆明雪兰工厂

昆明七彩云工厂

昆明海子工厂

邓川蝶泉工厂

华南地区1家

福建澳牛工厂

12家牧场

四川片区

青白江

洪雅

云南片区

云雪

陆良

蝶泉

石林

华东片区

唯品

建德

西北片区

永昌

海原

夏进（贺兰山牧业和塞上牧场）

主要荣誉

| 类型 | 奖项名称 | 颁奖机构 |
|---------|---|--------------------------------------|
| 公司治理 | 中国卓越管理公司金奖企业 | 德勤中国&新加坡银行&香港科技大学商学院 &《哈佛商业评论》中文版 |
| | 2024年度金信披奖 | 中国证券报 |
| 产品及品牌营销 | 全链路数字化食品安全精准管控平台技术进步奖一等奖 | 中国乳制品工业协会 |
| | 2024年全国用户体验创新典型案例 | 中国电子质量管理协会 |
| | 2024年山姆会员商店最佳供应商—干货部门新希望乳业股份有限公司 | 沃尔玛中国总裁及首席执行官、山姆会员店中国总裁、山姆会员店中国首席执行官 |
| | 第25届IAI传鉴国际广告奖-公关/事件营销-优秀奖-初心鹊桥航班 | IAI AWARDS |
| | 美国国际设计大奖International Design Awards-Honorable Mention-初心春日瓶 | 美国法玛尼集团 |
| | 2024-2025年度影响力案例-今日鲜奶铺 | 经济观察报 |
| | 第九届DMAA国际数字营销奖-金奖-今日鲜奶铺 | DMAA国际数字营销峰会 |
| | 2024-2025年度食品安全承诺单位 | 中国食品安全报社 |
| | 第十八届时代营销盛典2025年度视频营销突破案例 | TIME、时代财经 |
| | 2024-2025年度食品安全管理优秀案例 | 中国食品安全报社 |
| 企业综合实力 | 2025年消费品论坛(CGF)中国供应链数字化与可持续韧性发展案例集-案例贡献奖——全链路数字化食品安全精准管控平台 | 2025年消费品论坛(CGF)中国组委会 |
| | 2025年度ESG竞争力企业 | 南方周末 |
| | 年度最具创新力企业 | 网易新闻 |
| | 2024奶业重大科技创新成果 | 中国奶业协会 |
| | 年度伙伴奖 | 盒马供应商大会 |

鲜领筑基 夯实企业治理



回应的SDGs



新乳业坚守规范运营理念，构建权责清晰、制衡有效的现代公司治理体系，建立覆盖战略决策、日常经营与信息披露的全流程风险管理机制，持续完善股东回报机制，切实维护投资者合法权益，以透明稳健的治理实践筑牢企业长期健康发展的根基。

公司治理

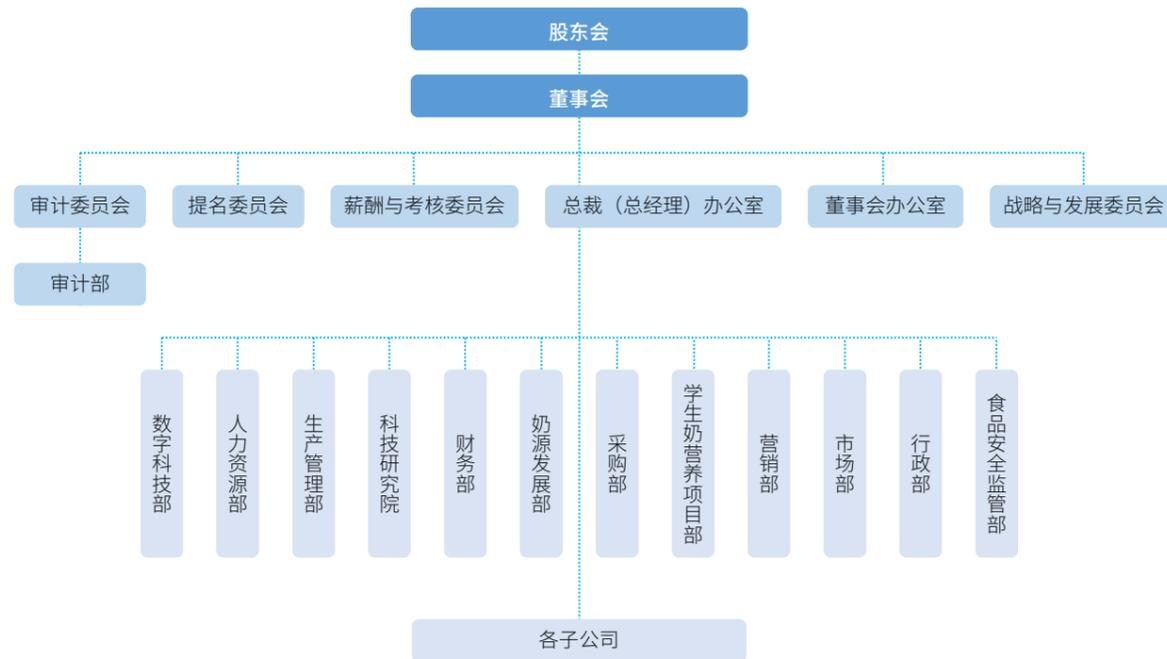
新乳业依托完善的公司治理架构，稳步推进可持续治理体系，将董事会多元化、薪酬与可持续发展挂钩机制融入治理实践，不断提升治理水平，保障企业合规运营与长期价值创造。

企业管治架构

公司遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及证券交易所监管要求，持续完善公司治理架构。公司于2025年12月完成治理结构优化，取消监事会设置，其相关职权由董事会下设的审计委员会全面承接。

公司股东大会¹为公司最高权力机构，董事会统筹履行战略决策与管理监督职责，董事会办公室专职协助董事会开展各项履职工作。董事会下设审计、提名、薪酬与考核、战略与发展四个专门委员会并依据各自职权独立运作，公司总经办在董事会领导下，统筹协调公司日常经营管理，下设十二个职能部门，各主体履职边界清晰、运行协同高效。

新希望乳业股份有限公司组织机构图



董事会组成与多元化

报告期内，公司修订《董事会提名委员会工作制度》并修订《董事会议事规则》以完善董事会治理体系，明确董事及高级管理人员提名核心规范，确保董事会结构优化落地。

董事会提名程序：

公司依据《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等相关法律法规和规范性文件，修订《董事会提名委员会工作制度》，以规范董事及高级管理人员的提名程序。制度明确由提名委员会统筹董事、高级管理人员的提名工作，保障提名工作的合法合规。

董事、高级管理层提名流程



董事会多元化与独立性：

报告期内，公司修订《董事会议事规则》，明确各专门委员会人员规模、召集人及独立董事占比等核心事项；结合发展模式与业务需求以及保障多样性，从性别、学历、年龄、专业背景等维度统筹董事会构成，现任董事覆盖会计、法律、税务、金融等多领域专业背景。为保障公司治理透明度，公司定期披露董事担任外部职务相关信息，具体详情请参见公司《2025年年度报告》。

1. 根据《上市公司章程指引》等法律法规及规范性文件的相关规定，公司已于2025年12月将《公司章程》中“股东大会”的表述统一修改为“股东会”，并经2025年第二次临时股东大会审议通过。本报告沿用修订前的表述，文中“股东大会”均指现行《公司章程》所规定的“股东会”。

本届公司



董事会共
10名成员

其中女性董事
4名

占比
40%

独立董事
4名

占比
40%

具体组成情况如下：

| 指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------|----|-------|-------|-------|
| 董事会成员的人数 | 人 | 7 | 9 | 10 |
| 不兼任高管职务的董事人数 | 人 | 6 | 8 | 8 |
| 独董人数 | 人 | 3 | 4 | 4 |
| 独董人均薪酬 | 万元 | 20 | 20 | 20 |
| 独立董事占比 | % | 42.86 | 44.44 | 40.00 |
| 审计委员会独董占比 | % | 66.67 | 75.00 | 75.00 |
| 提名委员会独董占比 | % | 66.67 | 66.67 | 66.67 |
| 薪酬与考核委员会独董占比 | % | 66.67 | 66.67 | 66.67 |
| 女性董事占比 | % | 14.29 | 33.33 | 40.00 |

可持续治理体系

公司将可持续发展理念融入治理与经营全过程，建立“董事会—战略与发展委员会—ESG工作小组”三级管理架构。董事会作为决策领导机构，负责审议批准ESG战略规划、制度及报告；战略与发展委员会负责统筹ESG相关研究与指导工作；ESG工作小组负责ESG工作的具体落实。

新乳业可持续治理体系



公司战略发展

新乳业作为国内低温乳品代表企业，以“鲜立方战略”为核心，深化“新·鲜主义”理念，聚焦主业实现高质量发展。

可持续发展战略

公司依托全产业链优势与科研实力，围绕“科技营养食品企业”发展愿景，构建以“NEW”为核心的可持续发展战略体系，落实国家绿色发展战略及SDGs，为各利益相关方创造价值。

新乳业“NEW”战略



NAVIGATION

励精图治，责任领航



E-PLATFORM

聚芯科技，数字赋能



WELFARE

恪心善业，和谐社会

N

E

W

NUTRITION

匠心品质，鲜活营养



ENVIRONMENT

安全环保，绿色低碳



WISH

希望常新，更新更美



利益相关方管理

新乳业建立了覆盖信息披露、投资者及利益相关方沟通的全流程回应机制，通过透明高效的信息传递与及时反馈，保障各方知情权与参与权，促进协同共赢。

信息披露与投资者沟通

公司依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》及证券交易所监管指引，制定了《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》，系统构建了规范的信息披露体系，以及覆盖日常沟通、互动交流与投诉处理的投资者关系管理体系。

公司遵循合规性、平等性、主动性及诚实守信原则，通过业绩说明会、路演、分析师会议、接待来访等方式开展交流，并借助公司官网、交易所指定平台、法定信息披露媒体、投资者热线及互动平台等多元化渠道与平台，与投资者保持持续、有效的双向沟通。

截至报告期末



公司共召开年度股东大会、
临时股东大会**3**次

董事会会议
4次

董事会会议审议议案合计
23项

董事出席率
100%

| 指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------------------|----|-------|-------|-------|
| 召开董事会会议次数 | 次 | 9 | 9 | 4 |
| 审议董事会议案个数 | 个 | 37 | 39 | 23 |
| 董事参会比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 召开监事会会议次数 | 次 | 6 | 5 | 4 |
| 审议监事会议案个数 | 个 | 15 | 13 | 12 |
| 监事参会比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 召开股东大会、临时股东大会次数 | 次 | 2 | 2 | 3 |
| 参与股东大会、临时股东大会人数 | 人 | 48 | 36 | 378 |
| 交易所互动平台回复投资人问题次数 | 次 | 88 | 75 | 88 |
| 对外发布公告数量 | 份 | 89 | 74 | 59 |

投资者投诉处理机制：

公司制定投资者关系管理制度，其中明确了投资者投诉处理制度，确立依法、及时、就地解决原则，建立分级处理架构，明确董事会秘书承担主管责任，董事会办公室负责具体执行。公司规范了投诉受理、记录、核实、处置及资料归档的全套流程，明确禁止行为与责任追究机制，并对投诉人信息及相关资料实施严格保密，系统性保障投资者合法权益。

利益相关方沟通与回应

公司的利益相关方包括股东与投资者、客户、供应商与经销商、员工、政府与监管机构等。公司通过多渠道沟通机制，持续识别并回应各方关切。

| 利益相关方类别 | 沟通渠道 | 关注议题 | 新乳业回应 |
|---------|---|---|---|
| 股东/投资者 | <ul style="list-style-type: none"> 定期报告/临时报告 股东大会 业绩发布会 投资者会议 电话咨询 | <ul style="list-style-type: none"> 可持续发展管治 废弃物管理 可持续供应链 质量管理 客户服务管理 创新驱动 员工发展 应对气候变化 | <ul style="list-style-type: none"> 健全治理体系 减少污染排放 保障供应链 保障产品质量 完善服务体系 持续创新 健全发展通道 低碳运营 |
| 员工 | <ul style="list-style-type: none"> 职工代表大会 内部社交平台 新希望乳业年度报告 员工满意度 | <ul style="list-style-type: none"> 员工发展与关爱 废弃物管理 可持续供应链 创新驱动 多元化与包容性 | <ul style="list-style-type: none"> 健全发展通道、关爱员工 环保法规遵循 强化风险控制 加大研发投入 促进平等机会 |
| 客户 | <ul style="list-style-type: none"> 社交媒体互动 客户服务中心热线 电子邮件通讯 客户满意度调查 新品发布活动 年度客户大会 | <ul style="list-style-type: none"> 废弃物管理 可持续供应链 负责任营销 质量管理 客户服务管理 员工发展 数据安全与客户隐私保护 应对气候变化 | <ul style="list-style-type: none"> 减少污染排放 强化供应链 确保产品安全 完善服务体系 健全发展通道 加密数据保护 低碳运营 |
| 供应商 | <ul style="list-style-type: none"> 电子邮件 电话会议 现场访问 供应商大会 即时通讯 | <ul style="list-style-type: none"> 可持续供应链 质量管理 客户服务管理 数据安全与客户隐私保护 环境合规 商业道德 | <ul style="list-style-type: none"> 推行绿色采购 确保产品安全 完善服务体系 加密数据保护 环保法规遵循 零容忍贿赂行为 |
| 经销商 | <ul style="list-style-type: none"> 电话会议 电子邮件 现场拜访 经销商大会 在线研讨会 即时通讯 | <ul style="list-style-type: none"> 可持续供应链 质量管理 客户服务管理 数据安全与客户隐私保护 商业道德 应对气候变化 | <ul style="list-style-type: none"> 强化供应链韧性 确保产品安全优质 完善服务体系 加强数据安全 杜绝商业贿赂 减少碳排放 |
| 政府/监管机构 | <ul style="list-style-type: none"> 质量监督局 | <ul style="list-style-type: none"> 废弃物管理 数据安全与客户隐私保护 商业道德 环境合规管理 能源利用 应对气候变化 | <ul style="list-style-type: none"> 绿色排放标准 数据加密隔离 严格廉洁经营 环保法规遵循 高效能源策略 碳中和行动计划 |

双重重要性分析

新乳业始终将ESG管理融入企业发展战略，通过开展双重重要性分析，系统识别并明确ESG核心议题优先级，为公司可持续发展管理提供依据。

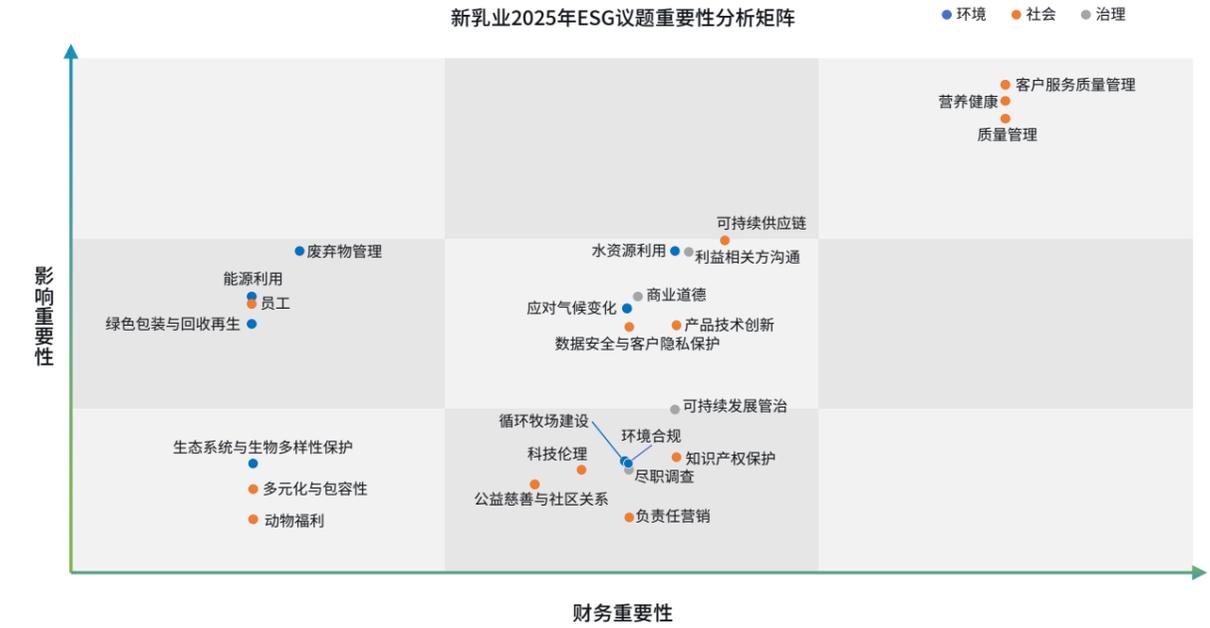
重要性议题识别与评估工作流程

报告期内，公司依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》，结合乳制品行业特征、自身经营业务特点以及各利益相关方的核心关切，以财务重要性和影响重要性双重视角，系统性开展新乳业2025年双重重要性议题调研工作，最终识别并对25项核心议题进行重要性排序。

双重重要性评估分析过程



重要性议题列表及矩阵



| 议题维度分类 | 议题 | 重要性 |
|--------|--------------|-------|
| 社会 | 客户服务质量管理 | 高度重要 |
| 社会 | 质量管理 | |
| 社会 | 营养健康 | |
| 社会 | 可持续供应链 | 中度重要性 |
| 治理 | 利益相关方沟通 | |
| 环境 | 水资源利用 | |
| 环境 | 产品技术创新 | |
| 治理 | 可持续发展管治 | |
| 社会 | 知识产权保护 | |
| 治理 | 商业道德 | |
| 环境 | 应对气候变化 | |
| 社会 | 数据安全与客户隐私保护 | |
| 治理 | 尽职调查 | |
| 环境 | 环境合规 | 一般重要性 |
| 环境 | 循环牧场建设 | |
| 社会 | 负责任营销 | |
| 社会 | 科技伦理 | |
| 社会 | 公益慈善与社区关系 | |
| 环境 | 废弃物管理 | |
| 社会 | 能源利用 | |
| 社会 | 员工 | |
| 社会 | 绿色包装与回收再生 | |
| 环境 | 生态系统与生物多样性保护 | |
| 社会 | 多元化与包容性 | 一般重要性 |
| 社会 | 动物福利 | |

内控合规和风险管理

新乳业构建了协同高效的风险管理治理架构，通过完善专项合规管理、强化全员风险意识等举措，持续健全内控合规体系，有效防范和化解经营风险，保障企业稳健运营。

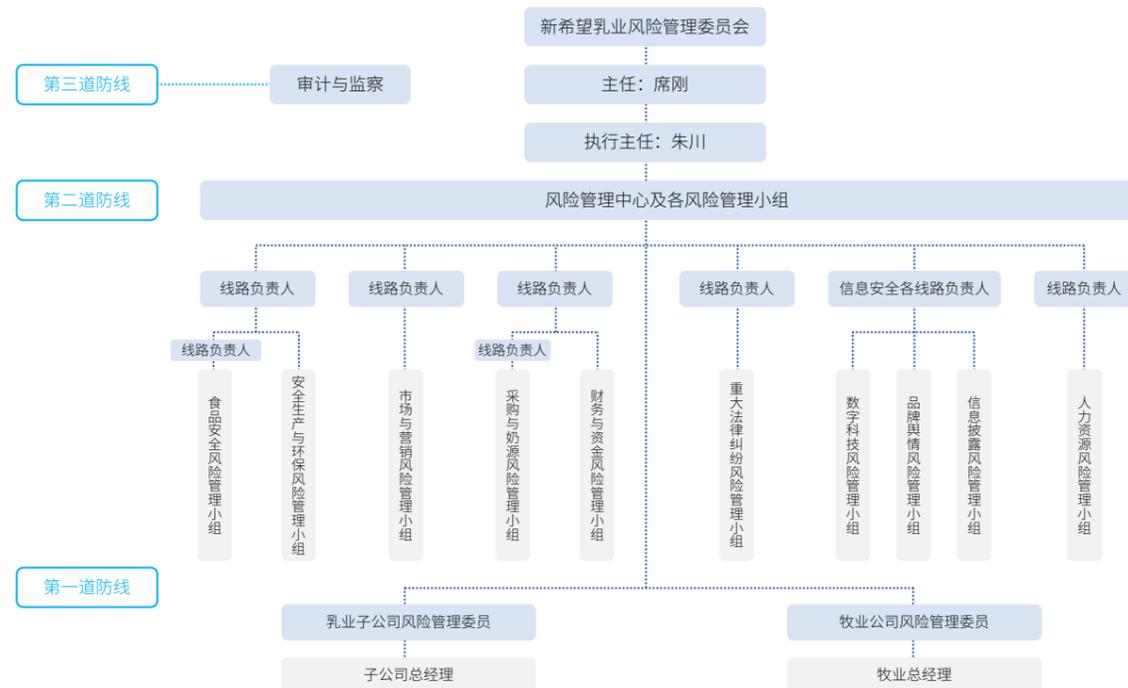
风险管治架构

公司构建了以风险管理委员会为最高决策机构、三道防线为核心的风险管理架构，发布《风险管理制度（试行）》《风险识别与评估工作指引》，明确由风险管理中心统筹日常风险管理工作，设风险管理专业职能小组负责制定、落实本小组内风险管理职责，系统推进风险识别、评估等管理事项。

为保障风险管理工作有效运行，公司建立了两项配套管理机制：



新乳业风险管理体系



风险识别、评估管理工作流程



报告期内，公司持续优化风险库至4.0版本，由风险管理中心牵头、各风险管理小组协同配合，开展全流程、全覆盖的风险排查工作。本次排查覆盖各职能领域关键风险事项，主要涉及食品安全与产品质量、安全生产、环保合规、舆情管理及品牌保护等方面，通过风险识别与评估，进一步完善风险应对措施，持续强化风险防控与闭环管理。

依法纳税

公司严格遵守国家税收相关法律法规，坚守诚信纳税原则，制定内部税务管理制度，构建“集团统管、属地执行、共享协同”的管控体系，定期开展税务风险评估，识别潜在风险点并制定防控措施，全流程保障税务活动合法合规。

公司持续推进税务数字化建设，2025年完成税务数字化二期工程——纳税申报模块建设，实现全自动计税和纳税申报，推动纳税申报工作标准化、流程化，显著提升申报效率。税务数字化系统内置覆盖发票与纳税申报环节的风险监控预警机制，强化税务管理规范性和风险防控能力，实现潜在税务风险的预警与监控。

截至报告期末



新乳业年度纳税总计 **4.89** 亿元

环保税共计超过 **45** 万元

风险管理培训

公司面向总部与各控股子公司、董事会成员、全体员工开展常态化风险宣贯与能力建设，涵盖劳动用工、营销宣传、环境合规等领域专题培训，持续深化风险管理文化，提升全员风险认知与风险防范能力。

案例 风险例会

公司先后召开三次风险管理例会，明确2025年风险管理总体规划，梳理现有问题并提出优化建议，宣贯风险库4.0更新计划。各风险管理小组依次汇报工作，明确风险事件报告相关要求、推进风险库4.0更新，同时汇报各线路风险点及处置措施，协调跨部门协同工作。



商业道德

新乳业构建完善的商业道德管治体系，通过反商业贿赂与反腐败、反垄断与反不正当竞争管理及举报管理等机制，筑牢合规底线，维护公平透明的商业环境。

商业道德管治体系

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》以及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管部门发布的各项法律法规及规范性文件要求；制定并执行《利益申报管理制度》《责任追究管理办法》《内审管理制度》，规范全体员工亲属关系、利益关系申报要求，明确利益关联冲突、违规违纪等行为的责任追究标准，配置专职审计人员开展常态化审计监督。

反商业贿赂与反腐败管理

公司严格遵守中国反腐败相关法律法规及《联合国反腐败公约》，通过开展廉洁宣传与反腐败培训、与合作方签订《阳光合作协议》并明确廉洁义务和违约责任、在内部会议通报违规案件等措施，强化员工与合作方廉洁合规管理，防范商业贿赂及腐败风险。

案例 新乳业阳光宣传周

公司组织阳光文化专题宣讲，面向关键岗位人员开展廉洁教育与法律知识普及，解读《责任追究管理办法》及《刑法修正案（十二）》相关条款，结合真实案例开展警示教育，全体参会人员进行廉洁宣誓并签署《廉洁从业承诺书》，公司明确各级人员廉洁责任，强化全员规矩意识与纪律约束，防范舞弊及职务犯罪风险。



新乳业阳光宣传周合照

案例 新乳业线上阳光课堂

公司依托线上平台开展“阳光课堂”，设置案例警示、人生选择及廉洁宣讲等板块，强化员工廉洁自律意识，引导员工合规从业，筑牢企业廉洁从业防线。



报告期内



共计举办反商业贿赂及反贪污培训

2场

董事会培训覆盖率

100%

| 指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|---------------------|----|-------|-------|-------|
| 反商业贿赂及反贪污培训场次 | 次 | 2 | 2 | 2 |
| 反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事总数 | 人 | 8 | 10 | 10 |
| 反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比 | % | 100 | 100 | 100 |
| 商业贿赂及贪污事件发生次数 | 次 | 1 | 1 | 0 |

反垄断与反不正当竞争管理

公司始终恪守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，坚守公平竞争底线，严格落实反垄断、反不正当竞争各项管控举措。


 反垄断

严禁以价格操控、交易约束等形式滥用市场主导地位，在行业并购与重组环节，严格遵循国家产业导向，合理把控加工产能，杜绝盲目投资与重复建设，严防形成市场垄断格局。


 反不正当竞争

强化行业自律意识、严格履行行业自律公约，坚决杜绝虚假宣传、恶意低价抛售等违规行为，规范产品包装标注流程，规避误导消费者情形，维护行业整体利益与正常市场秩序。

报告期内，公司未发生任何与反垄断相关的法律诉讼，未出现因舞弊引发的各类违法案件，无已审结的反不正当竞争诉讼事项。

举报管理

公司制定投诉与举报处理及举报人保护管理的相关制度，明确部门职责与具体举措。审计部负责投诉举报调查工作，职能部门建立《投诉/举报受理记录》并按流程办理举报事项。公司通过投诉举报牌、招标告知书、阳光协议等渠道公布受理电话，接受匿名举报，对举报人信息严格保密，严禁打击报复并对违规行为追责，同时实行回避制度，保障举报处理工作公正规范。

报告期内



公司收到投诉举报事件4起

投诉举报处理率 **100%**

新乳业举报渠道具体信息


 电话
19938859003


 邮箱
nhdsjb@newhope.cn


 信件地址
四川省成都市锦江区金石路366号
中鼎国际1栋2楼

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，制定商标管理、品牌宣传管理相关制度，建立知识产权管理体系，规范商标授权指引与授权模板等操作流程。

报告期内，公司围绕以商标法律知识、侵权风险防控、品牌资产维护等为主题的专项培训，进一步强化员工知识产权合规意识与实务操作能力，推动知识产权保护要求贯穿业务全流程。

| 指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------------|----|-------|-------|-------|
| 报告期内有效专利数 | 项 | 548 | 567 | 452 |
| 应用于主营业务的发明专利数量 | 项 | 71 | 79 | 83 |
| 报告期内发明专利的申请数 | 项 | 18 | 14 | 14 |
| 报告期内发明专利的授权数 | 项 | 15 | 8 | 6 |
| 软件著作权数量 | 项 | 16 | 23 | 23 |
| 商标保护相关培训场次 | 项 | 2 | 3 | 2 |



绿色鲜生 筑就低碳生态



回应的SDGs



新乳业坚持绿色低碳发展理念，将应对气候变化与环境管理深度融入企业发展战略，持续健全环境管理与低碳发展体系。公司通过积极推进公司节能降耗、污染防控与生态保护，稳步实施气候行动方案，推动生产经营与生态环境协同共进，以实际行动助力行业绿色低碳转型。



应对气候变化

新乳业建立完善的气候治理体系，通过制定专项战略、加强气候风险与机遇管理、明确温室气体排放指标与目标等举措，系统推进气候行动，助力绿色低碳发展。

气候变化治理

公司结合全球气候治理目标与国家双碳目标部署，推进生产工艺优化、设备节能改造，优先使用清洁能源与可再生能源，推广绿色原材料、循环利用与低碳生产模式，从源头减少能源消耗与温室气体排放。

气候变化战略

为响应国家双碳目标，公司将应对气候变化确立为可持续发展核心战略，致力于通过构建覆盖全价值链的低碳运营体系，提升公司长期低碳竞争力。公司以系统性碳减排为核心，聚焦生产能效提升与供应链协同减碳两大关键路径，通过全生命周期管理，驱动运营效率、环境绩效及成本竞争力的协同提升，稳步提高能源利用效率，持续深化气候行动。

报告期内，公司结合自身全产业链运营及全国多区域布局特点，系统性开展气候相关风险与机遇评估。公司对不同区域的气候物理风险与转型风险进行识别，评估其对奶源供应、生产运营、物流效率及市场渠道等方面的潜在影响，并识别低碳产品、供应链韧性、能源结构优化等领域的发展机遇，形成的风险与机遇清单并制定差异化气候应对策略。

气候变化带来的风险：

| 气候相关风险类型 | 风险描述 | 财务影响 | 应对措施 | 时间尺度 |
|----------|--|--|--|-------|
| 急性物理风险 | 极端天气事件：公司在全国多个气候区的牧场、工厂及物流网络，同时暴露于多样化的急性物理风险之下，包括但不限于区域性强降水与洪涝、台风、极端高温、寒潮等。不同地区的设施可能同时或相继遭受不同灾害冲击。 | 单一区域的灾害可能通过供应链传导，影响全国生产与销售。多点位资产同时受损的风险上升，导致维修、保险及业务中断损失增加。需为不同区域制定并协调执行差异化的应急预案，管理复杂性与成本提高。 | 建立供应链多地域备份与弹性物流路线，降低单一灾害对整体供应的影响，保障收入稳定性。对关键设施进行针对性的防灾加固与投保，以控制资产损失与修复支出。制定并演练分区域的应急预案，优化应急资源调配，以控制次生成本。 | 短期-中期 |
| 慢性物理风险 | 气候模式长期变化：不同区域面临不均等的慢性压力，如水资源压力（华北、西北）、平均气温上升（全国性，但程度不一）等。这些变化对各地奶源供应、生产运营成本及资源可获得性产生长期影响。 | 因能耗、水耗上升导致的长期运营成本结构性上涨。奶源地生态环境变化引发的原料供应稳定性与采购成本风险。 | 投资于区域定制化的能效提升与水资源循环项目，以直接对冲成本上涨压力。在上游开展气候适应性农业合作项目，投资节水灌溉与耐饲草，保障长期奶源稳定与成本可控。 | 长期 |

| 气候相关风险类型 | 风险描述 | 财务影响 | 应对措施 | 时间尺度 |
|----------|---|---|--|-------|
| 政策与法律 | 多层次监管环境：公司运营需同时应对国家统一要求与各省市差异化的“双碳”、环保、畜牧业法规。各地政策推进力度、监管重点与时间表存在差异。 | 为满足不同区域最严标准而产生的额外合规投资与运营支出。因政策跟踪或理解偏差导致的罚款、改造成本等财务损失。 | 采用“就高不就低”原则进行全国性低碳与环保投资规划，一次性投资以达到最高合规标准，避免重复改造。建立专职团队监测与解读区域政策，并将其纳入投资决策流程，以规避罚款与计划外支出。 | 中期-长期 |
| 转型风险 | 多元化的市场需求：不同区域的消费者、客户对低碳产品和ESG表现的认知与要求存在差异。公司需平衡统一的品牌承诺与区域市场策略。 | 为满足高端市场而增加的绿色产品研发、认证及营销投入。因未能满足关键区域市场需求而导致的市场份额与收入损失风险。 | 针对高标准市场定向研发和推出高附加值绿色产品，确保营销投入能转化为溢价收入。进行区域市场ESG需求分层，制定差异化产品与沟通策略，以精准投入维持和扩大市场份额。 | 中期 |
| 技术 | 技术适用性与投资回报差异：同一项低碳技术在不同地区的自然条件与政策支持下，其技术经济性差异显著。 | “一刀切”技术投资可能导致的资本支出低效或失败风险。因技术路线选择错误而产生的沉没成本与落后于竞争对手的风险。 | 建立包含地域因子的技术投资评估模型，优先在禀赋优良的区域进行试点，确保资本支出的回报率。与科研机构及技术伙伴合作，建立开放创新机制，分散技术研发风险并保持路线灵活性。 | 长期 |
| 声誉 | 全国性品牌形象：在任一重要区域的ESG负面表现或事故，都可能通过媒体与网络迅速扩散，影响全国品牌形象。 | 品牌价值受损导致的长期销售收入与定价能力下降。为修复声誉而投入的额外公关与客户关系维护成本。 | 制定并严格执行覆盖所有区域的统一ESG管理标准，建立常态化审计，从源头预防声誉事件。建立危机公关快速响应机制，并定期进行利益相关方沟通，以控制潜在声誉事件的财务影响。 | 长期 |

气候变化带来的机遇：

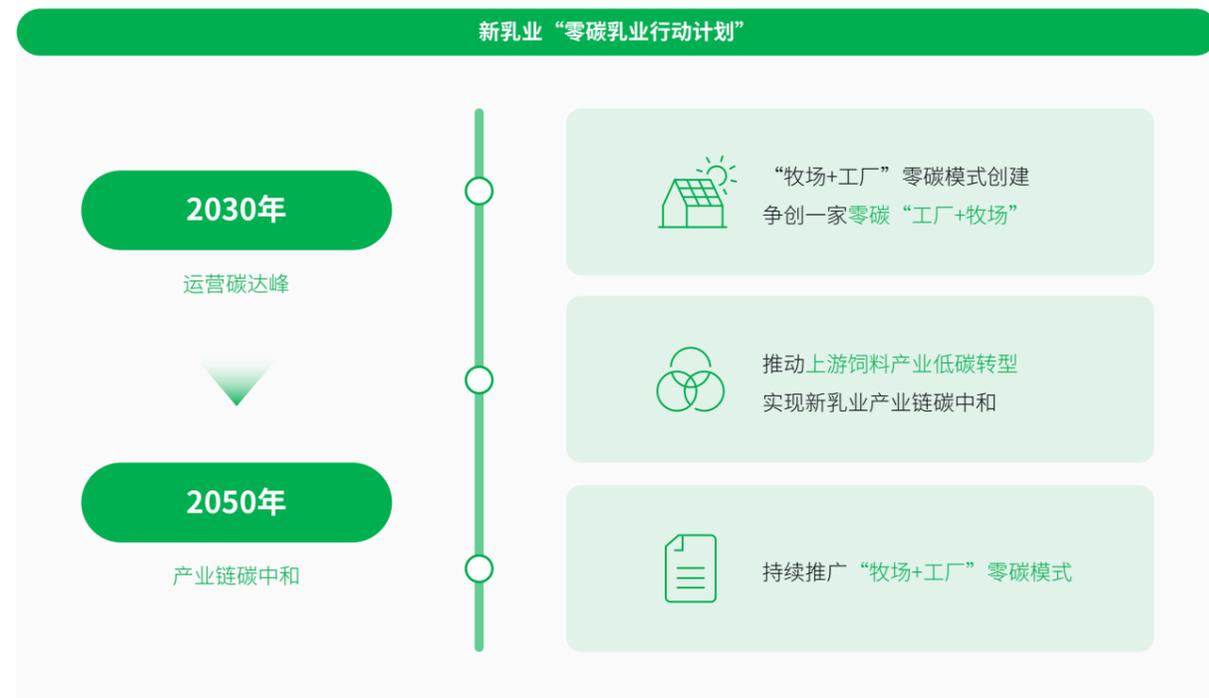
| 气候机遇分类 | 机遇描述 | 财务影响 | 时间尺度 |
|--------|---|--|-------|
| 资源效率 | 通过节水技术改造和循环水系统，降低生产用水强度。实施包装轻量化与可循环设计，减少原材料消耗。推动生产过程中副产品资源化利用（如乳清蛋白回收）。 | 直接降低水资源采购与水处理成本。降低包装材料采购成本，并可能减少废弃物处理费用。创造新的副产品销售收入，提升资源综合利用效益。 | 中期 |
| 能源利用 | 在生产基地和牧场布局光伏、沼气等可再生能源设施。参与绿色电力交易，提升清洁能源使用比例。推广高效节能设备与能源管理系统。 | 降低外购电力成本，长期锁定能源价格。减少碳排放履约成本，并可能获得政府补贴或碳收益。长期通过能效提升降低单位产品能耗成本。 | 中期-长期 |
| 市场 | 推出碳足迹认证、低碳包装的绿色乳制品。响应大型商超和餐饮企业的绿色供应链要求。拓展对ESG表现有明确偏好的消费者和投资者群体。 | 获取产品绿色溢价，提升毛利率。巩固和扩大对绿色标准敏感的客户份额。增强品牌价值，降低融资成本，吸引长期可持续投资。 | 中期 |
| 产品与服务 | 开发植物基、低脂低糖等健康低碳乳品。提供基于数字化追溯的供应链透明服务。探索乳制品碳中和服务与标签体系。 | 切入高增长细分市场，扩大收入来源。通过增值服务提升客户黏性与服务收入。建立行业先发优势，塑造技术和服务壁垒。 | 中期-长期 |
| 韧性 | 建立多区域奶源和生产基地布局，分散气候风险。投资冷链物流的备用能源和防灾设施。开展供应链气候风险评估与协作改进。 | 降低因区域极端天气导致供应链中断的营业损失。减少应急物流和维修支出，保障业务连续性。提升供应链整体稳定性，降低采购价格波动风险。 | 长期 |

气候变化风险及机遇管理

新乳业将气候变化相关风险及机遇管理全面融入公司整体风险管理体系，确定气候风险与机遇的管理优先级，统筹实施针对性应对措施。公司通过常态化跟踪落实、动态优化管理流程，强化跨部门协同与全过程管控，持续提升气候变化应对能力与风险防控水平，不断增强经营韧性，为企业长期可持续发展提供坚实保障。

气候变化的指标和目标

公司发布“零碳乳业”行动计划，明确2030年运营碳达峰、2050年产业链碳中和的目标，并编制《温室气体排放核算指南（试行）》，以统一核算边界与方法并建立内部数据管理规范。



| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------------------------|-----------------------------|------------|------------|------------|
| 温室气体排放量总量 ¹ | 吨二氧化碳当量 | 378,690.12 | 492,053.84 | 576,853.70 |
| 其中：范围一温室气体排放量 | 吨二氧化碳当量 | 280,846.83 | 365,259.48 | 433,358.61 |
| 其中：范围二温室气体排放量 | 吨二氧化碳当量 | 97,843.29 | 126,794.36 | 143,495.09 |
| 温室气体排放密度 | 吨二氧化碳当量/百万元营收 | 34.47 | 46.14 | 51.32 |
| 减排措施直接减少的温室气体排放量 | 吨二氧化碳当量(tCO ₂ e) | 19,038.00 | 27,736.14 | 33,120.54 |

1. 本报告期内，新乳业持续加强碳排放相关数据治理工作，数据统计口径、底层数据精准性更趋全面、完整，因此温室气体排放总量及强度有所增长。

温室气体减排举措

“零碳乳业”技术路径系统规划了三大核心行动维度，包含能源系统减排、生产过程减排及剩余排放抵消，并围绕牧场养殖、工厂加工、产品运输、销售使用、生态碳汇及能源利用六大业务与资源环节，部署了具体的实施举措。

报告期内

公司将 **7** 家工厂制冷机组升级为更高能效的磁悬浮机组，有效提升能源利用效率。



环境管理

新乳业通过完善环境管理制度，明确指标与目标，强化风险管控，推进文化建设，持续提升环境管理水平，助力企业绿色发展。

环境治理架构

公司依据国家相关法律法规制定并执行《环保管理制度》《安全环保责任追究管理办法》等内部制度。公司建立“安全生产委员会—安环办—各公司安全环保领导机构”三级管理架构：安全生产委员会作为最高决策机构，负责制定目标、审议制度和指导重大事件处置；安环办作为执行机构，在安委会领导下统筹体系搭建、建章立制并对各公司进行监督考核；各公司成立本级领导机构，其总经理作为第一责任人，负责具体落实方针政策、配备资源并报告突发事件。



报告期内

公司共计环保投入超过

2,700万元

环境风险管理

公司依据国家环保相关法律法规，开展全运营流程的环保风险识别与评估，建立环保风险分级管理清单，界定一般、较大、重大三个风险等级，落实风险管控要求；组建专职应急救援队伍，配备应急装备与物资，完善应急资源配置。

公司定期组织环境事故应急演练，排查处置疏漏、规范执行流程，确保闭环管理落地执行。

案例 公司开展水污染事件专项应急演练

报告期内，公司开展了污水酸碱失衡突发事件专项模拟演练，演练模拟污水值班人员发现酸碱监测器报警后，依次开展水质核实、应急处置、总结复盘的全流程，通过演练检验应急队伍能力、排查应急预案缺陷、完善应急响应机制。



水污染事件专项应急演练



环境指标和目标

报告期内，公司依据国家环保法规要求，加强环境治理体系建设，制定并执行以下核心环境管理目标：

环保合规目标

全年环保行政处罚事件为 **零**、
环境污染事件为 **零**。

排放管控目标

废水和废气排放口达标率保持 **100%**。

废物管理目标

危险废物合规处置率达到 **100%**。

环保文化建设

为将可持续发展理念融入日常运营，公司制定了《非生产性物资集中采购管理考核制度》与《会议室管理制度》等专项制度，确立了“合理、高效、节约、环保”的绿色管理原则。公司通过建立归口管理、预算控制等机制，并结合常态化环保培训，系统推进绿色运营体系建设。通过对日常无纸化办公、会议组织数字化及物资使用精细化的持续规范，公司推动形成了全员参与的环保文化，最终实现了运营能耗与资源消耗的持续降低。



新乳业环保培训现场1



新乳业环保培训现场2



公司节能宣传海报

管理制度与认证

报告期内，公司累计

4家工厂获得国家级
“绿色工厂”认证

7家工厂获得省市级
“绿色工厂”认证

13家工厂获得ISO
14001环境管理体系认证

3家工厂获得ISO 50001
能源管理体系认证

环境管理认证



三废治理

新乳业建立了系统化的三废治理体系，通过规范废水、废气及废弃物的全过程管理，持续提升污染防治水平，切实保障生态环境安全。

废水治理

公司严格遵循《中华人民共和国水污染防治法》等相关管理要求，通过完善监测体系、规范废水处置流程、强化排放管控等举措落实水污染防治工作。公司严格执行废水不外排原则，生产经营过程中产生的生活污水与生产废水，均统一接入公司污水处理站集中处理，经处理达标后排入工业园区污水处理厂进一步处置。部分工厂设立污水在线监测系统，实时监控污水排放数据，确保污水达标排放。

案例 工厂废水排放检测

公司在废水排放口及关键处理节点均安装在线监测设备，监测数据实时上传，并与生态环境主管部门联网监管。



废水排放在线监测平台

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------|-----|--------------|--------------|--------------|
| 工业废水总量 | 立方米 | 3,317,127.02 | 3,497,717.91 | 3,677,671.12 |
| 化学需氧量 (COD) | 吨 | 178.43 | 170.93 | 202.35 |
| 生化需氧量 (BOD) | 吨 | 32.50 | 30.11 | 37.97 |
| 氨氮 (NH3-N) | 吨 | 26.24 | 27.62 | 36.19 |
| 总氮 (TN) | 吨 | 62.21 | 78.63 | 79.73 |
| 总磷 (TP) | 吨 | 10.36 | 13.00 | 15.02 |

废气治理

公司严格遵守大气污染防治相关法律法规及标准要求，持续推进废气治理工作。公司废气主要来自天然气、沼气燃烧。报告期内，公司通过对天然气锅炉实施低氮改造，降低氮氧化物排放浓度与排放量；对生物质锅炉配套布袋除尘治理设施，有效控制锅炉烟气中颗粒物排放。



| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------------|-----|----------------|----------------|----------------|
| 废气总量 ¹ | 立方米 | 231,506,856.61 | 225,117,918.12 | 189,346,651.77 |
| 氮氧化物 (NOx) | 吨 | 28.11 | 26.06 | 19.77 |
| 氧化硫 (SOx) | 吨 | 9.09 | 7.53 | 6.99 |
| 颗粒物 (烟尘) | 吨 | 3.97 | 3.80 | 2.13 |

废弃物治理

公司严格遵循废弃物管理相关法律法规及标准要求，制定《危险废物管理制度》，通过规范分类贮存流程、强化处置管控等举措落实废弃物管理工作。

公司对生产经营过程中产生的危险废弃物与无害废弃物，均按规范分类收集处理：

危险废弃物

公司危险废弃物主要有废机油桶、实验室废液、废矿物油等。公司通过专门的废弃危化品储存室集中收集储存，委托具备相应资质的第三方公司定期集中处理；

无害废弃物

公司无害废弃物主要有生活垃圾、塑料废弃物、一般工业固废（主要为废纸、废铁、污泥）等。在减量与资源化环节，公司通过引入CSTR（或UASB）与OA两级厌氧工艺，在部分牧场源头削减污泥产生量，并将处理残余物应用于农业生产，实现废弃物资源化利用。对于无法避免的无害废弃物，公司实行分类贮存，并委托具备资质的专业机构进行合规处置。



| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------------------|----|------------|------------|------------|
| 废弃物产生总量 ² | 吨 | 329,588.59 | 277,840.79 | 477,700.93 |
| 有害废弃物产生总量 | 吨 | 66.27 | 79.61 | 109.63 |
| 无害废弃物产生总量 | 吨 | 329,522.32 | 277,761.18 | 477,591.30 |
| 回收循环再利用废弃物总量 | 吨 | 22,165.91 | 19,431.35 | 63,740.00 |

1. 2025年废气排放数据统计范围仅涵盖公司下属的17家生产工厂

2. 本报告期内，新乳业通过精细化管理，环境指标统计颗粒度进一步细化，数据统计口径更趋全面、完整，因此废弃物统计量有所增长。

资源与能源利用

新乳业聚焦水资源、能源及包装材料等关键领域，通过循环牧场建设等创新实践，构建一体化资源管理体系，推动资源高效利用与循环发展，助力企业绿色低碳转型。

水资源利用

公司遵循节约优先、保护优先原则，优化生产工艺与节水技术，通过提高水资源利用率、推进各类水资源回收回用及雨污分流改造等举措，强化水资源管控，落实水资源管理相关工作。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------|---------|--------------|--------------|--------------|
| 取水总量 | 吨 | 5,400,606.50 | 6,050,845.87 | 5,894,250.69 |
| 总耗水量 | 吨 | / | / | 5,894,250.69 |
| 总耗水密度 | 吨/百万元营收 | / | / | 524.42 |
| 中水回收 | 吨 | / | / | 538,041.51 |
| 循环用水量 | 吨 | 539,190.00 | 452,631.00 | 797,814.31 |

能源利用

公司坚持节约资源、保护环境的理念，通过完善能源管理与节能技术，提高能源利用效率，并推广清洁能源应用及能源回收利用技术，推动能源结构优化，实现碳排放强度与能源消耗的双降目标。

节能改造

实施设备升级与节能改造，降低用电、用汽消耗；通过能耗监测定位关键节点，针对性开展技术与管理改进。

清洁能源

牧场采用空气能热泵、太阳能供应生活热水，替代电加热；建设光伏发电项目，使用绿电。

能源回收

回收沼气用于锅炉燃烧、食堂用气及发电，替代天然气、液化气与部分电力消耗。

报告期内，公司主要能源为电能、天然气、蒸汽等。

报告期内，公司

综合能源共计消耗

64,200.28 吨标准煤

综合能源消耗密度

5.71 吨标准煤/百万元营收

直接能源共计消耗

25,986.89 吨标准煤

直接能源消耗密度

2.31 吨标准煤/百万元营收

间接能源共计消耗

38,213.39 吨标准煤

间接能源消耗密度

3.40 吨标准煤/百万元营收

案例

云南蝶泉屋顶光伏项目实践

报告期内，公司云南蝶泉厂区屋顶分布式光伏项目建设完成并实现并网运营，利用厂区约15,600平方米屋顶资源，建成装机容量1.788兆瓦的光伏项目，总投资约580万元，年均发电量约260万千瓦时，采用自发自用、余电上网模式。项目每年可节约标准煤816.94吨，有效优化能源结构，降低生产用电成本与碳排放水平。



云南蝶泉厂区屋顶分布式光伏

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------|------|---------------|---------------|---------------|
| 煤炭 | 吨 | 9.89 | 0.00 | 0.00 |
| 汽油 | 升 | 1,757.96 | 7,313.91 | 138,985.19 |
| 柴油 | 升 | 1,270,936.13 | 1,595,702.14 | 2,562,184.89 |
| 液化石油气 | 吨 | 19.52 | 25.56 | 10.63 |
| 外购蒸汽 | 吨 | / | / | 152,983.89 |
| 电力 | 兆瓦时 | 158,710.88 | 165,209.64 | 193,707.97 |
| 清洁能源 | | | | |
| 天然气 | 立方米 | 11,436,300.43 | 11,242,936.80 | 10,893,352.22 |
| 太阳能 | 千瓦时 | 4,731,642.39 | 6,599,356.83 | 11,076,560.00 |
| 甲醇 | 吨 | 23.56 | 15.78 | 14.55 |
| 生物质能 | 百万吉焦 | 0.28 | 0.29 | 0.20 |

包装材料管理

公司持续推进产品包装的绿色化与创新优化，将可持续理念融入包材全流程管理，持续开展包装轻量化改进、包材回收利用等工作，减少包装资源消耗与环境影响。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------------|---------|-------|-------|------------|
| 包材消耗总量 | 吨 | / | / | 128,618.53 |
| 包材消耗总密度 | 吨/百万元营收 | / | / | 11.44 |
| 塑料 | 吨 | / | / | 32,867.94 |
| 纸 | 吨 | / | / | 82,479.12 |
| 玻璃 | 吨 | / | / | 4,719.01 |
| 其他 ¹ | 吨 | / | / | 8,552.46 |

1. 指回收后再利用于产品包装的玻璃瓶用量。

案例 “牛奶盒换牛奶” 回收环保活动

公司苏州双喜联合苏州市城市管理局发起“分类新时尚，双喜领‘鲜’行”大型环保公益活动，推出“牛奶盒换牛奶”活动，活动期间兑换超千人次，有效提升包装回收利用率。



居民参加现场活动照片

案例 云南蝶泉实施玻璃瓶轻量化

公司云南蝶泉在产品包装策略上推进绿色化与创新优化，实施玻璃瓶轻量化项目。项目将瓶身重量从215克降至190克，减少了包装原料用量；同时优化供应链、升级生产设备与工艺，降低了包装资源消耗与环境影响。

循环牧场建设

公司以资源高效利用和废弃物减量化为目标，通过种养循环与垫料循环两类路径，实现外部输入替代与末端排放削减，推动牧场运营与农业种植的协同发展。



种养循环模式

牧场采用干清粪工艺收集牛舍粪污，经固液分离后，液体部分进入厌氧发酵系统处理，产生的沼液作为液肥施用于牧场自租或周边农田，用于种植青贮玉米。青贮玉米经收割、发酵后制成奶牛饲料，形成“粪污—沼液—饲草—饲料”的物质循环。分离出的干粪部分经堆肥腐熟后直接还田，或交由有机肥厂加工处理，实现粪污资源化利用。



垫料循环模式

部分牧场将分离后的干粪经垫料设备进行二次干湿分离与发酵处理，制成牛床垫料回用于牛舍，替代稻壳、沙等外购垫料。该措施在减少废弃物外排的同时，降低垫料采购成本，形成“干粪—垫料—牛床”的场内循环。



生态环境保护与生物多样性

新乳业高度重视生态环境保护与生物多样性保护，通过加强动物福利管理、推进生态系统与生物多样性保护等举措，积极践行企业生态责任，促进人与自然和谐共生。

动物福利

新乳业将动物福利纳入牧场标准化管理，围绕奶牛生理与行为需求，制定并执行《奶牛福利标准化操作流程》《营养管理标准化操作流程》《健康监测与兽医管理标准化操作流程》等技术规范，涵盖环境控制、日粮执行、疾病预警、免疫用药等环节，系统保障奶牛机体健康与群体福祉。

奶牛福利七项基础保障标准

饲料

依据奶牛不同生长阶段与泌乳周期科学配比日粮，规定原料验收、搅拌细度、投料精度及剩料管理标准，热应激期间增加发料频次、调整投料比例与时间，保障干物质采食量与营养供给稳定性。

饮水

每20头牛配置一个水糖、牛均饮水长度不低于8厘米，每日刷洗水槽内壁菌膜、清理外沿粪污，冬季保证伴热带正常运行、水槽不结冰，夏季水温维持在8-22摄氏度，确保奶牛随时获取清洁充足的饮水。

光照

合理设计牛舍采光与遮荫设施，夏季运动场及赶牛通道加装遮阳网、屋檐遮荫宽度6-10米，避免阳光直射；冬季保障牛舍基础采光，调节奶牛昼夜节律。

空气

通过卷帘、风扇强制通风降低舍内氨气浓度，控制浓度≤15ppm（百万分比浓度）；夏季风扇安装高度2.2-2.6米、风速≥3米/秒，冬季灵活调整通风与保温平衡，维持空气新鲜。

休息

泌乳牛舍卧床每日翻耕一次、深度≥15厘米，垫料厚度≥15厘米、含水量控制在40%-55%，落膝试验无痛感；运动场每周至少旋耕一次，雨后无积水、无石块铁丝等异物，保障奶牛卧憩舒适。

空间

颈杆位置保证奶牛站立时四肢直立卧床、躺卧时尾部位于卧床边缘；采食、卧憩、活动面积依据牛只体型与饲养密度设定，避免过度拥挤，保障正常起卧与行为表达。

平静

赶牛作业要求速度缓慢、动作轻缓、严禁大声叫喊与鞭打；夹牛时间累计不超过1小时避开奶牛集中躺卧时段；蚊蝇防控每年3-10月定期开展，减少虫扰应激，维持牛群情绪稳定。

生态系统和生物多样性保护

公司始终坚持绿色低碳发展，在生产经营全过程中高度重视生态系统与生物多样性的保护。公司严格遵守国家生态环境保护法律法规，所有项目均坚持科学选址与规范建设，确保运营活动符合国土空间规划及生态环境分区管控要求。

鲜质为基 筑牢食安防线



回应的SDGs



新乳业致力于提供安全、营养、可信赖的产品与服务。公司构建全流程的产品质量与食品安全管控体系，积极把握营养健康机遇，驱动产品技术创新，深化客户服务与负责任营销，强化信息安全与隐私保护，持续为市场提供具备卓越品质与健康价值的产品与服务。

产品质量与食品安全

新乳业严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《乳品质量安全监督管理条例》等法律法规，并制定《食品安全十大红线标准》《3+3食品安全风险管控体系》等内部制度，全面落实质量保障与质量风险管控工作，层层压实食品安全各级主体责任。

产品质量管理体系

公司总部成立食品安全管理委员会，由总裁担任主任，首席运营官任执行主任，食品安全监管部总经理为秘书，各业务线路部门负责人为成员，并通过《食品安全管理委员会成员职责》明确各成员职责分工。委员会成员及各业务线路部门食品安全小组负责人带头学习国家法律法规与标准体系，推动本部门、本业务线严格执行相关规定，切实履行职责。

各子公司落实分级负责的食品安全责任体系，明确主要负责人并成立食品安全小组，由各子公司食品安全总监担任组长，各相关部门负责人及业务骨干为食品安全员；同时，依据《产品质量及食品安全风险检查评估标准》及相关法律法规，建立日、周、月三级自查机制，明确各环节职能边界与工作要求。

公司积极推进质量与食品安全相关体系认证工作，截至报告期末

通过质量和食品安全管理体系认证的乳制品加工企业覆盖率为**100%**，其中：

17家

全部获得ISO 9001质量管理体系认证及HACCP管理体系认证

7家

获得ISO 22000食品安全管理体系认证

14家

获得GMP认证

6家

获得FSSC 22000食品安全管理体系认证

1家

获得BRCGS英国零售商协会认证

食品安全管理举措

公司建立覆盖总部与子公司的多层次食品安全考核体系。总部层面制定并实施《2025年食品安全管理考核方案》，明确各线路部门分管领导及负责人的食品安全目标与考核要求；子公司层面制定内部考核方案，覆盖全链条各部门，重点围绕食品安全自查有效性、问题闭环整改情况、飞检达标情况等开展评估。同时，公司要求总部各线路部门及子公司总经理签订《安全目标责任书》，并对其进行分级考核，考核指标涵盖质量事故、质量损失、食品安全飞行检查及内外部监督检查情况等，实现食品安全责任层层压实。

公司构建正负激励与问责机制，将考核结果与个人及组织利益直接关联，有效激发全员主动防控风险的内生动力。总部食品安全管理小组通过飞行检查等方式进行动态监督，针对发现的高、中风险问题，要求限期整改，并依据规定对相关责任单位及人员进行问责与负激励，所涉负激励资金统一上缴至总部作为“食品安全风险基金”。公司设定明确的年度食品安全目标，对达成目标的子公司及团队给予奖励，激发自主管理的积极性。

报告期内，总部层级确立“常温产品质量风险管控”与“异物投诉改善”两类专项；子公司设立“低温变质投诉改善”“高温杀菌乳质量提升”等内部质量专项。公司为专项项目配套制定了清晰的阶梯式奖惩机制，明确以目标达成情况为依据兑现奖罚。报告期内，质量专项目标全部达成。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------|----|-------|-------|-------|
| 产品合格率 | % | 100 | 100 | 100 |

数字化食品安全管控

公司构建了覆盖“奶源、采购、生产、检验、仓储、物流、终端”的数字化精准管控体系，以“质量保证（QA）、质量控制（QC）、质量追溯与质量分析”为核心功能模块，通过数据采集、中控赋码、物联网（IoT）及云原生等技术支撑，实现了对食品安全风险的前置防控与全过程透明化管理。



质量保证

- 平台内置三级内控标准体系，将400余项管控标准内置数字化管理系统，并定制标准化检验模板；
- 打通实验室信息管理系统（LIMS）、企业供应链控制系统（SAP）、数字化生产系统（MES）、供应商管理系统（SRM）等核心业务系统，实现全链路数据互联互通；
- 基于海量数据的分析和智能控制，对食品安全管控数据进行自动采集和自动判定，杜绝人为误判或误操作可能带来的不合格品转序和放行。

质量追溯

- 充分识别采购、检验、生产、仓储、物流及销售各环节的关键控制点与数据，采用流处理技术（FLINK）与变化数据捕获（CDC）模式，持续链接内部各业务系统与外部关联系统，实现全链条食品安全数据的自动采集，支持对任一产品进行从源头到消费终端的正向追踪与逆向溯源。

质量控制

- 建立数字化、模块化的自查中心、监察中心与飞检中心，实现智能化的系统性风险排查；
- 通过平台配置，系统按日、周、月、季度等周期自动生成并下发巡检任务，将质量管控内化为日常运营环节；
- 发现的问题将自动推送至相关责任人与管理人员，并设定整改时限；
- 自查、监察及飞检的结果均依据预设风险等级进行动态预警与报警。

质量分析

- 系统监测各环节关键参数，依据风险等级进行智能预警与报警；
- 形成趋势预判，为管理决策提供实时数据洞察。

产品质量战略

公司质量管理严格遵循“12345”原则，始终坚持质量是“1”，其他所有的努力是在1后面加“0”；“2”则代表在质量管理上重点关注两个方面，第一如何形成质量管理全链路闭环，第二如何实现产品品质和服务的一致性、稳定性；确立产品质量“三让步”“四严”“五实”管理原则，并将其贯穿于全链路质量管理闭环中，通过系统化管控，确保产品品质的一致性与稳定性。

三让步

- 生产成本为产品质量让步
- 管理制度为产品质量让步
- 企业发展为产品质量让步

四严

- 最严谨的标准
- 最严格的监督
- 最严厉的惩罚
- 最严肃的问责

五实

- 质量管理目标要具体要做实
- 质量过程管理要抓实
- 出现问题要把问题本质和根源查实
- 责任与责任人要落实
- 奖罚要及时

产品质量风险管理

公司制定《3+3食品安全风险管控体系》，并依据《食品安全风险检查评估标准》进行分级自查及监察，系统评估各环节食品安全风险。针对发现的问题及隐患，严格执行整改与预防措施，实现闭环管理。针对共性风险与隐患，总部各线路管理部门对整个公司及及时发起预警，并制定统一的管理规范与措施，督促各线路部门及子公司落实整改，切实防控食品安全风险。

3+3食品安全风险管控体系

第一层级“3”

乳业食品安全管理委员会
+ 乳业总部线路管理部门
排查+ 乳业总部飞行检查

- 乳业总部食品安全管理委员会作为乳业食品安全最高管理机构，督促乳业总部线路管理部门及分子公司充分履职；
- 乳业总部线路管理部门履行线路监察及风险评估职责；
- 乳业总部食品安全监管部组织内部飞行检查。

第二层级“3”

各子公司内部自查

- 各班组每天和每周的日常检查；
- 各部门每月自查和复查；
- 公司级食品安全小组每季度自查和考核。

报告期内

全链路数字化食品安全精准管控平台
“鲜活源”
荣获中国乳制品工业协会颁发的

技术进步一等奖



食品安全文化建设

公司总部围绕食品法规标准、专业技能等核心内容，累计开展内外部培训19次，覆盖2,000余人次；总部食品安全团队赴各分子公司开展现场帮扶共70余人次；各子公司每年开展不少于2次全员食品安全培训，切实提升全员食品安全意识及操作规范性。

公司制定《产品质量及食品安全风险检查评估标准》，并结合内部检查结果、国家监督抽检信息、国家风险评估中心风险监测数据及行业风险动态，每年对该标准进行修订完善，确保标准的科学性与适用性；截至报告期末，该标准已更新至第11版，涵盖质量、奶源、研发、生产等10个环节，采用1,000分制量化评估体系，实现风险管控的精细化与标准化。同时，公司建立月度风险预警机制，整合行业风险信息、国家抽检信息及内部自查情况，定期发布风险预警，各子公司对照预警内容开展专项自查，明确整改时限与责任主体，全程跟进闭环整改，持续降低产品质量安全风险。

公司制定《质量事故处理办法》，明确质量事故范围、总部与各分公司在事故调查、处置、整改及追溯各环节的职责，同时明确了从直接责任人至管理层各级的问责与处罚规定，确保责任落实到人。为实施精准化管控，公司将产品质量事故划分为三个等级，并进行分级管控。

在应急响应方面，公司对各级质量事故设定了严格的处置时限与标准化流程。

质量事故上报流程



为提升实战能力，各子公司每年制定并实施质量应急演练计划，保留完整记录。

报告期内



56次

各子公司共开展质量相关应急演练

2,130人次

覆盖

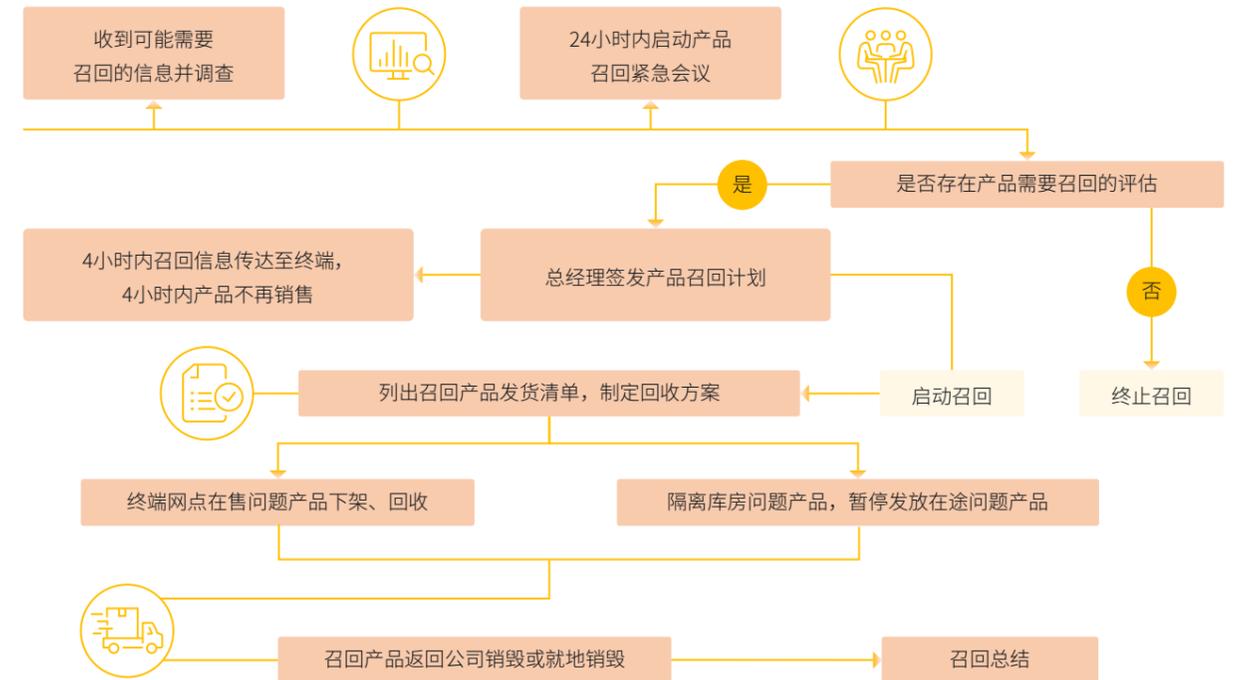
不合格品追溯与召回

公司参照《食品召回管理办法》，以制度化、规范化的不合格品召回与应急响应机制，确保在必要时能实现产品的快速精准定位与可控召回，切实保护消费者权益。报告期内，公司未发生因产品质量问题而导致主动或被动召回产品的事件。

公司建立全链路数字化追溯体系，基于自研的“一物一码”赋码系统与中央数据控制平台，为每一件产品赋予唯一的二维码数字身份，并通过集成FLink等流数据处理技术，系统自动对接并采集从原料、生产、检验、仓储到物流、销售各环节的关键质量数据，实现信息贯通与身份绑定。截至报告期末，基于“鲜活源”质量管理数字化平台的数据，公司已实现“24小时”系列鲜牛奶等16款重点产品的质量追溯，累计赋码量13,840批次。

公司制定标准化的产品召回流程与应急预案，各子公司每年开展应急演练并完整保留演练记录，通过复盘优化持续提升应急响应能力。

产品召回流程图



产品管理的指标与目标

公司设定年度产品质量安全管理目标，保护消费者健康与安全。



公司设置一系列产品质量安全核心指标，通过对指标的持续监测与优化，确保产品质量的稳定性。其中，产品内控合格率和产品精准内控合格率为公司在国家食品安全标准基础上，额外制定的严于国家标准的内部质量控制标准。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| 产品监督抽检 | 抽检批次 | 2,569 | 1,419 | 2,180 |
| | 抽检合格率 | 100 | 100 | 100 |
| 产品内控合格率 | % | / | 99.14 | 99.20 |
| 产品精准内控合格率 | % | 96.39 | 96.31 | 97.14 |

营养与健康机遇

新乳业以生物科技为驱动，将营养健康视为核心战略机遇，依托全链条研发体系与精准营养研究能力，持续推动产品创新从基础营养向功能化、场景化升级，致力于为消费者提供具有多元化健康价值的产品。

营养与健康治理

公司重点投入营养健康产品研发，系统推进研发能力建设，优化专业研发团队结构，搭建科研平台，构建支持营养健康产品创新的长效治理机制。研发创新治理架构详见“产品技术创新”章节。

营养与健康战略

公司以生物科技为核心产品营养健康战略，推动产品向更高端、更健康、更贴近年轻消费群体的方向升级，满足消费者多元化营养健康需求。

截至报告期末



12家

子公司获得
有机产品认证

2家

子公司获得
绿色食品认证

6家

子公司获得
低GI（血糖生成指数）产品认证

1家

子公司获得
草饲产品A级认证

营养与健康风险管理

公司重视产品营养与健康领域的风险管控，构建覆盖全产业链的系统化风险管理体系。

- 在奶源端，公司致力于防控原料质量与供应安全的核心风险。公司持续加强12个自有标准化牧场的建设与管理（其中11家获中国良好农业规范认证），并深化与大型奶源基地的稳定合作，确保奶源的自控与可追溯，有效管理供应稳定性与质量一致性风险。此外，公司推广智能项圈实时监测奶牛健康，并成功引进挪威红牛、娟姗牛等优质特色牛种，从源头管控奶源品质波动风险。
- 在研发与生产环节，公司重点防控产品功能不足及创新滞后风险。公司持续构建并强化内部科研平台，系统推进营养健康基础研究与技术开发，不断加强技术储备与迭代能力，从而有效应对产品同质化与技术落后风险。
- 在供应链与物流环节，公司严格管控供应全链路的质量风险。公司打造“鲜活源”数字化质控平台，实现全链路透明化监管与重点产品的“一物一码”溯源，实现质量风险的快速识别与定位，有效控制产品营养衰减与品质变异。

营养与健康的指标与目标

公司以消费者健康需求为导向，通过持续优化产品配方与生产工艺，系统性地提升产品的营养健康水平，将营养与健康战略转化为可衡量、可管理的具体行动。

| 类别 ¹ | 营收占比 |
|-----------------|------|
| 低钠 | 95% |
| 无食品添加剂 | 57% |
| 不人为添加糖 | 58% |
| 营养/功能强化 | 68% |

蛋白质强化
添加益生菌/乳酸菌
高钙

营养与健康产品

公司推出多元化的产品，精准响应消费者不断升级的健康生活方式与个性化营养需求。

案例 更亲和人体的鲜牛奶研发

针对鲜牛奶品类研发，公司从营养功能化创新、工艺技术创新等方面进行产品创新研发与研究，成功推出富含Omega-3及共轭亚油酸的挪威红牛鲜牛奶、坚持只卖当天和优质乳标准的24小时鲜护牛乳、更亲和人体的24小时A2-β酪蛋白有机鲜牛奶。同时，通过工艺技术创新，实现了对牛奶组分的拆分与重组，显著提升了“24小时”系列产品的活性营养物质含量。



案例 功能性酸奶研发

- 公司成功研发活润轻食瓶低GI体感酸奶，通过构建益生菌与膳食纤维协同作用体系，并依托“简单配方”的高负荷体系稳态技术，实现产品在体感、口感与风味的技术突破。截至报告期末，该产品已正式通过第三方权威机构的低GI食品认证。
- 公司精准切入控糖减脂场景，推出控卡酸奶新品。该产品每杯（340克）含约11.9克天然乳蛋白与440毫克原生高钙，全线摒弃蔗糖、香精及明胶，采用罗汉果浓缩汁实现天然甜味，每100克热量仅约77千卡，为健身人群及注重配料清洁的消费者提供高蛋白、低负担的健康饮食选择。



1. “低钠产品”指钠含量小于120毫克/100毫升（或100毫克）的产品；“无食品添加剂产品”指未添加食品用香精、色素（着色剂）等GB 2760—2024中的食品添加剂；“不人为添加糖的产品”指额外添加糖的产品；“营养/功能强化产品”指蛋白质含量大于或等于3.3克/100毫升的产品，或添加益生菌/乳酸菌的产品，或钙含量大于或等于120毫克/100毫升的高钙产品。

深化客户服务

新乳业始终坚持以客户为中心的服务理念，致力于构建系统化、数字化的客户服务体系，并通过建立有效的投诉响应与满意度跟踪机制，持续倾听消费者声音，优化服务全链路体验，将客户反馈转化为服务提升与品牌信赖的重要驱动力。

客户服务治理

公司建立本地化售后服务网络，由多个以生产工厂为单元的售后服务团队构成。每个团队直接负责对接所属工厂销售区域内的消费者，对反馈与投诉进行接收、分类与闭环处理，致力于确保所有消费者诉求得到及时响应与妥善解决，保障终端服务体验的可靠性与响应效率。

客户服务战略

公司持续优化服务流程、拓展多元服务渠道，并持续推进服务体系数字化升级。公司依托自研AI服务框架与统一知识库，打造“华西鲜活go智能客服”，实现自动应答、多系统协同与流程标准化，有效提升消费者咨询响应效率与服务体验一致性。同时，公司建立健全客户反馈与投诉闭环处理机制，及时响应客户合理诉求，以闭环管理机制驱动服务质量提升。

客户服务风险管理

公司制定并实施《投诉流程管理及判定考核办法》，规范了投诉的收集范围、责任归属与处理流程。同时，公司设立400热线电话、微信公众号、电商平台、邮箱等多元化投诉渠道，确保消费者能够便捷、顺畅地反馈问题。报告期内，公司接到投诉14,710条，投诉处理率100%。

公司依托内部BI系统对投诉数据进行实时监控与深度分析，动态展示投诉工单的月度趋势与状态分布（如已完成、处理中等），以及及时识别异常波动、定位高频问题，推动投诉管理向数据驱动决策模式升级。

公司高度重视消费者反馈，针对产品相关投诉及评价问题开展专项整改，持续优化产品体验。报告期内，公司在分析电商平台消费者评价时，发现因“产品剩余保质期较短”而引发的差评占比较高。为此，公司针对性梳理内部业务流程，明确规定电商渠道销售产品的剩余保质期必须大于整体保质期的2/3，并将该要求纳入渠道管理考核，对违规行为设定处罚措施。此举措实施后，相关差评数量显著下降，有效提升了消费者通过电商渠道的消费体验。

客户服务指标与目标

公司建立健全客户服务监测指标体系，涵盖客户满意度、投诉闭环处理等核心维度，开展常态化数据跟踪与复盘。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------------|----|-------|-------|-------|
| 投诉处理率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 客户满意度 ¹ | % | 98.2 | 98.3 | / |

1. 2023年-2024年客户满意度数据通过rpa抓取全电商平台满意度数据，2025年由于平台限制，只有个别平台有少量数据，此项数据已不具备参考性。

负责任营销

新乳业致力于通过真实合规的产品宣传、基于科学循证的营养健康知识普及，助力公众建立科学理性的消费观念与健康生活实践，积极履行企业在市场沟通中的社会责任，推动可持续消费生态的建设。

负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国食品安全法》《食品标识管理规定》等法律法规，制定《产品标签管理制度》《品牌宣传管理办法》等内部制度，系统性保障产品标签信息与市场营销宣传的全面合规。

公司建立负责任营销管理体系，明确由总部市场部及子公司电商部/市场部作为宣传资料的生产与发布主体，并由各线路负责人进行审核把关。公司制定严格的宣传资料审核流程与时限，明确对品牌公关舆情与产品营销纠纷的分级处理与报告流程。

公司通过抽查、培训、考核、建立案例库等措施，系统提升营销合规能力与风险防范水平。报告期内，公司围绕《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 7718-2025）及《食品标识监督管理办法》，组织开展两场专题培训，系统解读新标变化、阐释产品合规要点，并在培训后设置随堂测验，通过答题形式巩固学习成效、强化合规意识。

案例

四川乳业构建多部门协同的全链路营销内容合规管控体系

四川乳业建立从内容源头管控到全渠道监督的闭环管理体系，有效维护品牌声誉与消费者信任。其具体实举措如下：

- 统一出口与专业审核：产品核心宣传内容由市场部统一创作；对产品功效、营养成分等宣传内容的调整需经市场部协同品控、研发等多部门共同审核确认。
- 常态化监督检查：建立定期内容巡检机制，对线上官方店铺、社交媒体账号及线下已投放的宣传物料实施系统检查与及时更新。
- 严格整改与考核：对检查中发现的宣传内容错误、物料使用不规范等问题，向责任方发出明确的限期整改通知；对违规行为，将依据内部管理制度及情节严重程度，予以相应处理或处罚。

健康营养宣导

公司将“食育”视为企业社会责任的核心组成部分，致力于通过系统化、体验式的营养健康宣导，推动健康营养知识普及落地。

公司打造“食育乐园”平台，采用“线下实景体验+线上平台联动”模式，构建全方位、立体化的健康营养宣导体系。2025年，我们累计举办食育活动超过2,600场，覆盖全国9大城市，触达亲子家庭、学校团体及行业访客逾25万人次。

线下实景体验

- 开放透明工厂与牧场，设立文化走廊、科技生产动线及牛奶星球等沉浸式体验区，并配备专业讲解，让消费者实地了解乳品生产全过程；
- 通过“鲜奶实验室”“美食DIY”等互动环节，促进健康知识的实践转化与深度认知。

线上平台联动

- 依托“鲜活go”会员平台、微信公众号及社群，搭建“1+1+N”亲子育儿交流体系，持续输出专业膳食营养与科学育儿知识；
- 通过原创“食育家族”IP漫画、专家课堂、妈妈短视频及亲子好物分享等形式，将健康知识融入日常生活场景。



信息安全与隐私保护

新乳业高度重视信息安全与消费者隐私保护，通过完善的管理制度、先进的技术防护与透明的数据使用原则，系统构建覆盖数据全生命周期的安全管理体系，切实保障公司的信息资产及消费者个人信息安全。

信息安全治理

公司完善信息安全治理架构，设立信息安全领导小组，明确三级职责分工，系统推动信息安全策略制定、执行监督与体系完善。

信息安全小组具体职责

组长

- 确定信息安全工作的总体方向、总体原则和安全工作方法；
- 批准新希望乳业信息系统的安全策略和发展规划；
- 确定各有关部门在信息系统安全工作中的职责。领导安全工作的实施；
- 监督安全措施的执行，并对重要安全事件的处理进行决策；
- 指导信息安全职能部门各项工作；
- 指导建设和完善信息系统安全组织体系和管理机制。

副组长

- 协助组长确定信息安全工作的总体方向、总体原则和安全工作方法；
- 草拟新希望乳业信息系统的安全策略和发展规划；
- 协助组长确定各有关部门在信息系统安全工作中的职责，领导安全工作的实施；
- 监督安全措施的执行，并对重要安全事件的处理提供方案；
- 检查信息安全职能部门各项工作；
- 建设和完善信息系统安全组织体系和管理机制。

组员

- 协助组长确定各有关部门在信息系统安全工作中的职责，领导安全工作的实施；
- 监督安全措施的执行，并对重要安全事件的处理提供方案；
- 检查信息安全职能部门各项工作；
- 建设和完善信息系统安全组织体系和管理机制；
- 参与信息安全制度的修订。

信息安全风险管理

公司遵循“边界防护、主动防御、集中管控”原则，构建信息安全风险纵深防御体系，通过在网络、主机、应用及运维等多层面部署技术防控措施，系统性提升信息安全风险防范能力。

| | |
|-----------------|---|
| 严格网络边界控制 | 在互联网边界部署防火墙与入侵防御系统，实时检测和阻断外部网络攻击，确保网络入口安全可控。 |
| 专项应用攻击防护 | 独立部署Web应用防火墙，防范应用层攻击，保障核心业务应用安全稳定运行。 |
| 落实主机安全保护 | 所有线上服务器完成主机安全Agent的统一部署，实现恶意代码防范、入侵检测和安全基线核查，落实对最终资产的安全责任。 |
| 建立漏洞闭环管理 | 建立定期自动化漏洞扫描机制，形成从发现、通告、修复到复核的闭环管理流程，确保及时识别与修复业务系统漏洞。 |
| 实施统一运维管控 | 严格管控服务器访问权限，强制要求所有内部运维人员及第三方供应商通过堡垒机进行访问，实现了运维入口的统一收敛与身份集中管理。 |
| 完备操作审计溯源 | 堡垒机启用完备的全会话操作审计功能，定期进行审计审查，确保所有操作可追溯、可监督，满足合规性审计要求。 |

2022至2025年



在网络安全等级保护制度2.0的指导下，公司

连续四年通过信息安全等级保护三级认证

公司建立规范化应急响应流程，制定“人防+技防+联防”策略，确保威胁发生时能够迅速响应、有效控制，充分保障信息资产的安全。

人防

搭建演习相关的人员架构，自上而下的来执行各自的职责，明确分工，相互协作，并进行网络安全宣传，提高人员安全意识。

技防

依托安全产品和工具，构建完整的纵深防御防御体系，具备安全检测、安全响应以及追踪溯源能力。

联防

通过资源协调，提升整体防护的主动性与响应效率。

| 指标名称 | 单位 | 2025年 |
|----------------|----|-------|
| 重大数据泄露事件 | 项 | 0 |
| 重大信息安全事故 | 项 | 0 |
| 消费者隐私及数据安全相关投诉 | 项 | 0 |

消费者隐私保护

公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规，并依据数据分类分级原则，构建覆盖数据全生命周期的安全管理体系。报告期内，公司未收到消费者隐私及数据安全相关投诉。

核心信息

手机号、收货地址等敏感个人信息

- 严格遵循网络安全等级保护三级要求，采用国家密码标准算法进行数据传输与存储加密，实施基于角色的访问控制（RBAC）和最小权限原则；
- 调用需通过专用安全接口，全程留存操作日志并接受定期审计。

重要信息

购买记录、会员积分等交易数据

- 实施数据隔离存储处理，内部员工无法直接访问原始数据。如确因业务需要调取，相关人员须通过OA系统提交正式申请，经数据归属部门负责人及信息安全委员会分级审批后，由数据中心授权提取。提取数据仅限申请用途范围内使用，严禁任何形式的超范围使用或留存。

一般信息

基础偏好、非敏感调研标签等

- 基于“业务必需”原则进行权限管控，员工可通过统一身份认证平台申请只读查询权限，经部门审批后登录系统使用。查询行为实施全程记录，禁止批量导出、截屏传播或用于未经授权的分析场景。

产品技术创新

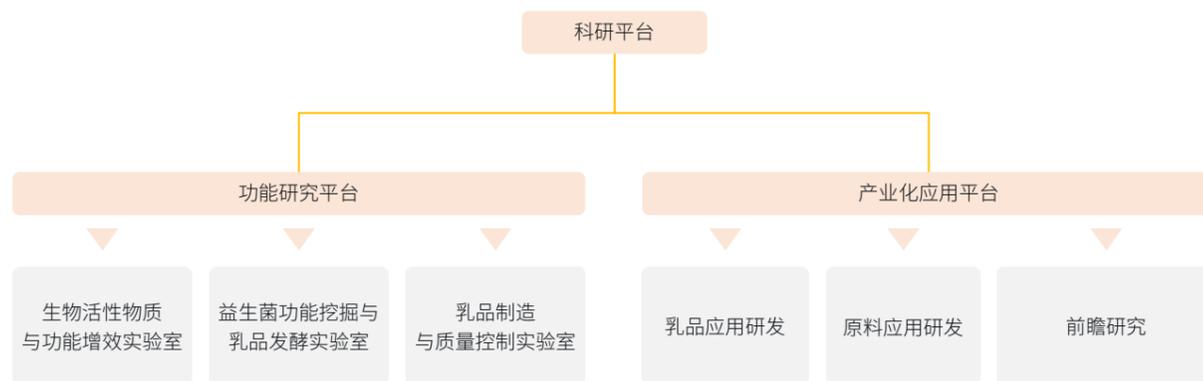
新乳业制定《产品研发流程管理制度》《产品配方工艺管理办法》等内部制度，持续完善研发管线管理机制，保障研发流程与工艺体系的规范化、系统化运作，为消费者提供更具健康价值的产品，助力行业技术演进与高质量发展。

研发创新治理架构

公司成立科技创新战略委员会，制定由总裁担任主任，副总裁担任副主任，各业务及职能部门负责人作为委员，负责科技创新战略的制定、重大项目的决策与资源协调，确保创新工作与公司整体战略协同推进。

公司构建体系化、专业化的科研平台，采用“基础研究”与“产业应用”双轮驱动架构，下设功能研究平台与产业化应用平台。其中，功能研究平台聚焦活性物质、益生菌功能挖掘及生产工艺等前瞻性基础研究与核心技术开发；产业化应用平台则紧密对接市场，系统开展乳品创新、原料解决方案及法规标准等应用研究，确保研发成果高效转化。

科研平台组织架构图



公司制定并实施《科技创新管理办法》，明确创新项目的立项、实施、验收与知识产权管理等流程。同时，公司通过《科技成果专项奖励办法》，建立科技成果转化与人员激励的长效机制，激发全员创新活力，推动技术成果有效落地。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------|----|----------|----------|----------|
| 研发投入金额 | 万元 | 9,323.49 | 9,393.09 | 8,142.05 |
| 研发人员人数 | 人 | 153 | 140 | 147 |
| 研发投入占营收比例 | % | 0.85 | 0.88 | 0.72 |

研发创新战略举措

公司确立“国产菌株替代”战略目标，通过构建覆盖基础研究、技术转化与产业应用的全链路创新体系，系统推进产品差异化、品质高端化与核心原料自主化，持续将科技优势转化为市场竞争优势。

在生物科技研发领域，公司布局微生物战略资源库，建成2,100株规模的特色菌种资源库，系统性保护开发西南地区乳酸菌菌种资源；自主培育的菌株成功搭载“实践十九号”卫星完成太空诱变实验并顺利返回，标志着公司在特色菌株选育领域实现从“地面深耕”到“太空育种”的跨越，公司在微生物资源开发与应用领域已跻身行业领先梯队。围绕乳酸菌研究，相关科研团队累计取得20余项菌株相关专利与学术论文，形成了坚实的知识产权壁垒。

在研究成果转化方面，公司搭建西南地区首个乳酸菌产业化转化平台，并荣获“国家高新技术企业”认定。该平台成功将多株具有自主知识产权的特色菌株进行转化，推动关键原料国产化替代目标实现。

在创新体系建设方面，报告期内，公司在相关领域新增授权及申请发明专利20项，发表高水平学术论文12篇，并获得政府专项科研经费大力支持。作为研发体系的核心载体，“乳品营养与功能四川省重点实验室”于报告期内顺利完成重组并再次入选省级实验室序列。

产学研交流与合作

公司与多所高校及科研院所建立了深度协同的产学研合作体系，围绕乳业核心技术创新、功能原料开发、工艺升级及产品临床验证等领域开展联合攻关与前瞻探索，持续将前沿科研成果转化为产品竞争力。

案例 开展益生菌晶球包埋体系构建及功能研究

公司与中国农业大学合作开展“益生菌晶球包埋体系构建及功能研究”项目，成功构建出用于益生菌包埋的水凝胶体系，显著提升益生菌的稳定性，使其在生产、储存及消化过程中保持高存活率。试验结果表明，经包埋的益生菌在肠道内的定植时间大幅延长，并能有效提升肠道内有益菌（如乳酸杆菌）的丰度，抑制部分有害菌，从而系统性调节肠道菌群平衡，发挥明确的健康改善功能。

案例 开展降尿酸功能益生菌特性及机理研究

公司与四川农业大学合作，系统开展了某植物乳植杆菌作为潜在降尿酸益生菌的功能评价与机理研究，研究发现该菌种具备优异的胃肠液耐受性，同时具有降尿酸与肾保护功效，是具备良好开发潜力的益生菌候选菌株。

案例 开展肠道健康功能益生菌特性及作用机制研究

公司与哈尔滨工业大学合作开展自有专利菌株鼠李糖乳酪杆菌及其后生元对小鼠溃疡性结肠炎的缓解作用及机制研究。研究表明该菌种及其后生元显著缓解了溃疡性结肠炎小鼠的病例症状，包括降低疾病活动指数评分，抑制小鼠结肠长度缩短，减少结肠及脾脏组织病理学损伤，减少结肠细胞中炎症细胞因子的分泌并抑制抗氧化酶的减少，阻止紧密连接蛋白和E-钙粘蛋白的解离，降低肠道通透性，恢复肠道屏障的完整性。

鲜链协同 打造极致新鲜



回应的SDGs



新乳业以“鲜战略”为核心，通过构建数字化协同供应链管理体系及开放式产业协作机制，持续提升产品鲜度保障能力与供应链整体效能，致力于为消费者提供安全、新鲜、高品质的产品体验，积极推动与行业伙伴共建可持续发展的乳业生态。

负责任供应链

新乳业将可持续发展理念系统融入供应链战略与日常运营，通过完善的供应链治理架构、科学的风险识别与管控机制、严格的供应商全生命周期管理体系，系统推动供应链各环节的责任落实与协同发展。

供应链治理架构

公司建立了权责清晰、分层管理的供应链治理架构，明确从战略决策到执行落地各环节的职责，实现供应商全生命周期的有效管理。

| | |
|-------|--|
| 总经办 | <ul style="list-style-type: none"> 负责制定供应商管理的总体方向和策略； 确保供应链管理与公司的长远目标和愿景保持一致； 定期召开会议，与战略供应商进行定期交流，以确保双方的目标和期望得到有效沟通和协调。 |
| 采购中心 | <ul style="list-style-type: none"> 负责制定并修订供应商准入管理要求与细则； 对采购线路所有供应关系进行准入审批和统采供应商准入管理； 承担拟准入统购供应商的资料收集等工作。 |
| 各子公司 | <ul style="list-style-type: none"> 负责自采物料供应商准入管理、评审及资料收集等。 |
| 多部门协同 | <ul style="list-style-type: none"> 质量部门负责物料样品检验、参与现场审核等； 研发部门负责原辅料准入供应商的物料小试。 |

供应链安全风险

公司采取多维度策略以主动规避供应链风险。针对关键原辅料及包装物料，通过推行供应商地域分布多元化，减少因区域自然灾害等因素造成的供应中断影响，并积极推进进口物料的国内替代工作以保障供应链切换能力。同时，公司实施“同类物料多源供应”策略，确保每个物料类别至少具备三家合格供应商，避免对单一来源的过度依赖。在供应商年度评审机制中，公司进一步纳入对财务状况、产能稳定性及ESG风险敞口等持续经营能力的评估，以维护供应商体系的长期稳健。

公司通过常态化审计机制确保风险管理要求有效落地。报告期内，公司供应链审计工作聚焦ESG合规、质量安全及商业道德三大领域，采用内部自查与第三方现场审核相结合的方式，审计范围覆盖100%核心供应商。针对审计中发现的仓库管理、生产记录及订单规范等方面的问题，公司严格执行“发现-整改-复核-闭环”管理机制，推动所有问题按期完成整改，实现了风险管控的闭环管理。

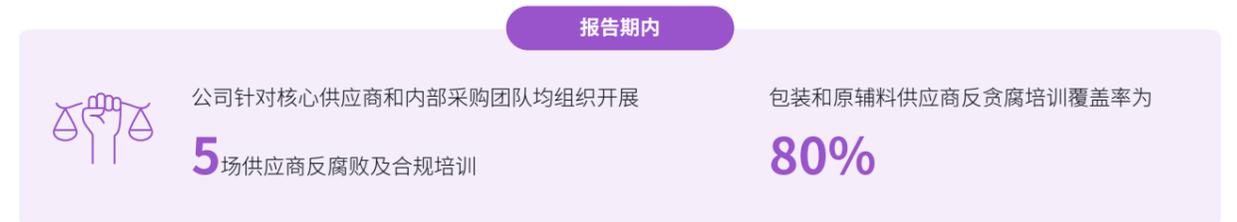
针对奶源供应商管理，公司制定《食品安全风险检查评估标准-奶源线路》，围绕资质管理、基础设施、挤奶操作、清洗卫生、检测留样、虫害防控及记录追溯等关键环节实施定期检查，并由总部食品安全监管部每年组织飞行检查。各子公司奶源部每半年开展现场审核并形成评估报告，持续监测牧场运营合规性与风险状态。

廉洁采购与反腐败

公司将廉洁与反腐败要求深度融入供应链管理全流程，建立了以制度约束、流程管控与监督问责为核心的阳光管理体系。

在协议管理与行为约束层面，公司要求所有核心供应商在合作前必须签署《阳光合作协议》，通过协议明确约定双方在反腐败工作中的责任与义务，严格禁止任何形式的商业贿赂、利益输送等不当行为。同时，公司建立了多渠道的举报与反馈机制，包括专用举报电话、邮箱及内部平台，并规定了违约行为的相应处理措施，从合作源头筑牢廉洁防线。

在流程透明与价格监控层面，公司建立覆盖采购定价全流程的线上化审批与监督机制。所有采购定价均通过SRM（供应商管理系统）线上系统发起，并依序经过“采购-财务-管理层”的线上审批，确保各环节操作留痕、全程可追溯。此外，公司搭建了价格预警平台，对采购价格进行动态监测，并设定了合理的波动阈值，当价格触发预警时，系统将自动提示，并要求采购人员提交专项说明，有效防范价格异常风险，确保采购决策的合规性与经济性。



| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------|----|-------|-------|-------|
| 签订廉洁条款的供应商比例 | % | ≥98 | ≥98 | ≥98 |

供应商全周期管理

公司建立了覆盖供应商准入、合作与退出的全周期管理制度。公司制定《供应商准入管理制度》，明确了对供应商从评估、合作到退出的标准化流程，并明确对生产现场的审核要求。同时，公司配套实施《生产性物资准入管理制度》，进一步细化了生产性供应商的准入机制，明确包含资质审核、现场验证等在内的六步标准化流程，系统规定准入基础条件、优先级选择要素及履约保证金安排，并着重强调质量表现与ESG等方面的审核要求，从源头把控供应链的合规性与可持续能力。

| 指标名称 ¹ | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------------|----|-------|-------|-------|
| 供应商总数 | 家 | 922 | 828 | 840 |
| 中国大陆地区供应商总数 | 家 | 922 | 828 | 840 |
| 中国港澳台地区供应商总数 | 家 | 0 | 0 | 0 |
| 海外供应商总数 | 家 | 0 | 0 | 0 |

1. 2025年，供应商地区按照基于一级供应商的主要经营所在地进行划分。

针对奶源供应商，公司制定了严格的筛选标准，全面涵盖资质、质量、人员、设施、投入品及硬件设备等维度，确保上游供应链的可靠与安全。

| | |
|----------------|--|
| 资质合规要求 | <ul style="list-style-type: none"> 持有《动物防疫条件合格证》《生鲜乳收购许可证》及《生鲜乳准运证》。 |
| 质量与环境要求 | <ul style="list-style-type: none"> 原奶质量同时符合国家标准及企业内控标准，并满足质量追溯要求； 牛群完成两病检测，养殖环境、水质及监控设施等符合要求。 |
| 人员要求 | <ul style="list-style-type: none"> 牧场从业人员均持有健康证，并熟练掌握岗位操作规程及标准。 |
| 基础设施要求 | <ul style="list-style-type: none"> 奶源基地配备规范的消毒室、车辆消毒设施、符合国家规定的生产区域、CIP清洗设备及化验室，以及与养殖规模相适应的养殖场地与设施。 |
| 投入品管理要求 | <ul style="list-style-type: none"> 饲喂原料、兽药及化学品的使用符合国家规定及企业标准。 |
| 硬件设备要求 | <ul style="list-style-type: none"> 配备可自动CIP清洗的挤奶设备； 制冷罐确保密封性与制冷效率（奶温2小时内降至0-4摄氏度），配备搅拌装置并支持CIP清洗； 设备定期维护，且CIP清洗参数（水温、时间、清洗剂量与频次）符合工艺规范。 |

针对兽药采购，公司实施从采购到废弃的全流程闭环管理。

兽药采购及使用严格遵循《无公害农产品兽药使用准则》（NY/T 5030-2016）等国家规定。

兽药的入库、领用及使用建立完整台账，实现全程可追溯。

废弃兽药包装、兽医器械及医疗垃圾须集中存放、定期规范处置，生产现场严禁随意放置或丢弃。

在验收环节，牧场场长或采购人员须对购入兽药进行现场检查，并扫描电子追溯码核实产品合规。



针对饲料及添加剂采购，公司执行系统的质量验证程序，确保原料安全可靠。

要求饲料、添加剂、清洗剂、消毒剂等物资随货附带检测报告。

要求饲料、添加剂、清洗剂、消毒剂供应商每半年提供一次第三方机构出具的全项检测合格报告。

所有饲料原料入场时执行初检（包括感官初检），合格后进行入库。

对于风险较高的精料原料、玉米、豆粕、麸皮等，依据《饲料卫生标准》（GB 13078）检测霉菌毒素，达标后进行接收。

建立报告核验机制，对随货检验报告进行信息核对与有效性确认。



供应商绩效评价与管理

公司持续完善供应商绩效评价机制，从现场评审、物料质量、交付、成本、创新及质量红线等多个关键维度对供应商进行系统化评估。公司基于评价结果，将供应商划分为优秀、良好、合格、不合格四个绩效等级，并实施差异化的管理策略。

| 得分范围 | 绩效评级 | 公司措施 |
|------------|-----------|---|
| 得分≥95分 | 优秀 | 实施增加采购量、提供优先合作机会、签订长期合同等激励机制。 |
| 95分>得分≥90分 | 良好 | |
| 90分>得分≥80分 | 合格 | 对其在年度绩效评估中识别出的及时反馈，促进其改善，根据其改进意愿、态度及成效等决定是否缩短合作周期、减少订货量或频次或延长付款周期等。 |
| 80分>得分 | 不合格 | 给予整改观察期，同时逐步淘汰。 |
| 违反质量红线 | 不合格（一票否决） | |

数字化供应链

公司全面推进供应链的数字化转型升级，通过系统集成与数据贯通，实现了从采购、生产、物流到销售终端的全链路数字化管控与协同。

采购环节
SRM系统

- 将重点监控的风险点纳入预警报警体系进行监控；
- 实现供应商信息、采购订单、收货验收、资质文件的在线化管理。

检验环节
LIMS系统

- 建立检验数据自动处置机制，对超出内控标准或国家标准的检测结果，系统自动推送至相应层级并触发审批流程；
- 通过统一和规范各工厂的检验项目与方法，实现对检验全过程的数字化管控。

生产环节
MES系统

- 将人员操作规范性、设备运行状态、环境温湿度等可能影响食品安全的关键因素纳入预警报警体系。

仓储物流环节
WMS系统

- 系统集成人员操作、仓储状态、物流轨迹及温湿度等关键数据，对异常情况进行实时预警与跟踪处置。

销售与消费者反馈环节
鲜活购系统

- 收集终端销售数据与消费者反馈；
- 通过销售终端反馈的高、中、低风险问题进行统一归集、分级处置与闭环跟踪。

可持续供应链

公司将ESG表现作为供应商评估与选择的关键指标，优先采购具备环保或社会责任认证的原材料。报告期内，在纸质包材采购中明确主张采用经森林管理委员会（FSC）认证产品，屋顶盒品类中FSC纸张采购量占比超过60%。

公司积极响应消费品论坛（CGF）塑料包装优化倡议，通过优化包装设计与结构，在确保产品防护功能的前提下持续推进包装减量化。报告期内，减少原生塑料使用约100吨。此外，公司持续扩大纸基包装在各类产品中的应用，对常温无菌包与低温屋顶盒产品优先采购FSC认证的纸基材料。

| 指标名称 ¹ | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-----------------------|----|-------|-------|-------|
| 新增供应商中使用ESG维度评估的百分比 | % | ≥98 | ≥98 | ≥98 |
| 供应商获得ISO 14001认证数量覆盖率 | % | 56 | 58 | 60 |
| 供应商获得ISO 45001认证数量覆盖率 | % | 41 | 44 | 50 |
| 供应商获得ISO 9001认证数量覆盖率 | % | 90 | 91 | 93 |

本地化采购

公司优先采购本地及周边地区的原辅料、包材等物料，减少运输距离，有效降低碳排放。报告期内，本地化采购金额占总采购金额的比例达到75%。

平等对待中小企业

公司致力于构建公平、透明、互信的供应链合作生态，高度重视对中小企业的平等对待与协同发展。我们通过优化付款流程、规范结算机制及提供专项金融服务，切实减轻中小企业资金周转压力，支持其稳健经营与持续增长。



在付款安排上

公司根据合作场景与供应商类型，制定了清晰合理的付款周期与阶段性支付方案。其中，针对包装物及原料供应商，付款周期约定在账期起始日后42至45个自然日内完成；针对设备供应商，采取分阶段支付方式。



在结算流程方面

公司依托SRM与财务共享平台，于每月初开展对账工作，系统化完成发票校验、数据核对与支付执行，确保结算及时、准确、可追溯，提升合作透明度与效率。



公司积极推广供应链金融服务

面向符合条件的中小供应商提供相应的金融解决方案，增强供应链整体韧性与协同价值。

1. 供应商获得ISO 14001/ISO 45001/ISO 9001认证数量覆盖率，均按照包装物和原辅料供应商口径计算。

行业协作

新乳业积极构建开放协作的行业生态。公司构建系统化的经销商管理机制，积极参与并引领行业标准建设与升级，持续拓展产业链协同合作与资源共享，共同推动乳业生态的可持续发展与整体价值提升。

经销商管理

新乳业通过建立权责清晰的治理架构实现有效协同，依托全链路风险识别与闭环机制强化过程可控，并以多元赋能支持推动合作伙伴能力持续成长，共同构建长期稳定、互信共赢的发展生态。

经销商治理

公司建立系统的经销商治理体系，将商业道德、消费者权益保护、产品安全与信息合规等方面的要求作为条款纳入核心制度，并通过常态化的监督与问责机制，确保各项管理要求有效落地。

公司普遍采用区域化、层级化的管理模式。公司以《经销合同》为核心管理文件，明确合作双方的权利义务，并将商业道德、消费者权益保护、产品安全及信息合规等要求纳入合同条款。同时，部分子公司配套出台了专项管理制度（如廉洁自律准则、客户服务管理条例），形成多层次、成体系的制度约束。

公司建立以巡查、考核为核心的监督体系。部分子公司开展常态化现场检查、业务数据核实及专职巡查，对经销商运营情况开展系统化监督。公司建立明确的违规处理机制，对违反合同及制度的行为设置问责与处罚措施，确保管理要求得到严格执行。对于违反合同及制度的行为，公司明确违约责任，并对违规行为设置处罚。

各子公司持续完善激励体系，从以销量为核心的单一返利模式，逐步转变为与公司战略目标紧密协同、与经销商综合绩效全面挂钩的多元化、多层次激励机制。

销售业绩与目标达成激励

- 设立周期性返利机制，保障经销商基础利润空间；
- 设置挑战目标激励，对达成超额增长目标的经销商给予额外奖励，激发市场潜能。

市场拓展与渠道建设激励

- 提供专项费用，助力经销商突破渠道，完善终端网络布局；
- 对在市场覆盖广度与深度、以及销售模式创新方面有突出贡献的经销商，给予专项现金奖励，推动渠道精细化运营与业务模式创新。

产品结构优化与重点品推广激励

- 设置产品政策倾斜和明确的重点品达成奖励，引导经销商资源向高毛利产品及战略新品集中。

各子公司逐步建立起涵盖ESG表现的综合性绩效评估体系，将合规经营、客户服务质量、消费者权益保护及市场秩序维护等多维度非财务指标纳入评估范畴，并将评估结果与经销商的返利结算、费用支持、续约资格及资源倾斜等激励措施直接关联，形成系统性、结果导向的经销商治理机制。

经销商风险管理

公司构建了贯穿经销商合作全流程的风险管理体系，以合同约定为核心，系统识别、评估并管控在商业道德、产品安全及信息合规等关键领域的潜在风险，有效防范经营与合规风险。

针对商业贿赂风险



公司明确禁止经销商以任何形式向员工提供合同约定外的利益。在此基础上，各子公司结合实际情况细化了执行机制：四川乳业对达到特定金额的贿赂行为设定了明确的司法移送标准；广东乳业通过要求经销商签署专项廉洁承诺书，进一步强化其自律约束。

针对不正当竞争风险



公司严格禁止并处罚低价促销、跨区窜货、线上违规定价等扰乱市场秩序的行为，违规经销商将面临罚款、暂停供货等处理措施，以维护公平竞争的市场环境。

针对消费者权益及产品质量安全风险



公司在《经销合同》中设定明确的责任条款，对经销商在产品流通环节的责任与义务进行全面规范。各子公司细化并落实对经销商在产品流通环节的具体规范：夏进乳业要求经销商严格执行公司在冷链存储、运输管理及不合格品处理等方面的技术规范，并履行售后服务、客诉处理及统一的临期产品下架义务。

针对商业秘密泄露与知识产权侵权风险



公司在经销合同中设立了保密条款与知识产权保护条款，严格规范经销商对公司商业信息及品牌资产的使用。各子公司进一步强化源头管控：广东乳业在合作前对经销商进行资质审查，核验营业执照等文件，从准入环节确保合作主体的合法性与合规性。

经销商赋能

公司通过各子公司系统化开展经销商赋能，围绕战略协同、业务技能、产品知识及合规文化等维度构建多元化培训内容；以线上线下相结合的形式，通过集中培训、区域辅导、定期走访及在线学习平台开展多种形式的赋能活动；并通过知识考核、满意度调研及行为与结果跟踪等多维方式评估赋能成效，持续优化支持体系。

报告期内，部分子公司面向经销商建立常态化沟通安排，结合财年关键节点举办年度/半年度经销商大会，或根据实际需要开展区域性、专项性及定期会议，保障战略方向的整体同步与区域问题的敏捷响应，提升渠道协同效率与终端执行力。

年度/半年度经销商大会

面向全体或大部分经销商，聚焦于战略宣贯、年度总结规划、先进表彰与思想统一。

区域性、专项性及定期会议

侧重于及时解决区域市场具体问题、保持日常高频互动。

引领行业标准

报告期内，公司参与制定或修订了包括国家标准《GB/T 18706—2025液体食品保鲜包装用纸基复合材料》，以及《QB/T 8042-2024灭菌乳工艺规范》《QB/T 8043-2024调制乳工艺规范》《QB/T 8044-2024发酵乳工艺规范》《QB/T 8127-2025浓缩发酵乳和风味浓缩发酵乳》4项行业标准。

行业发展合作

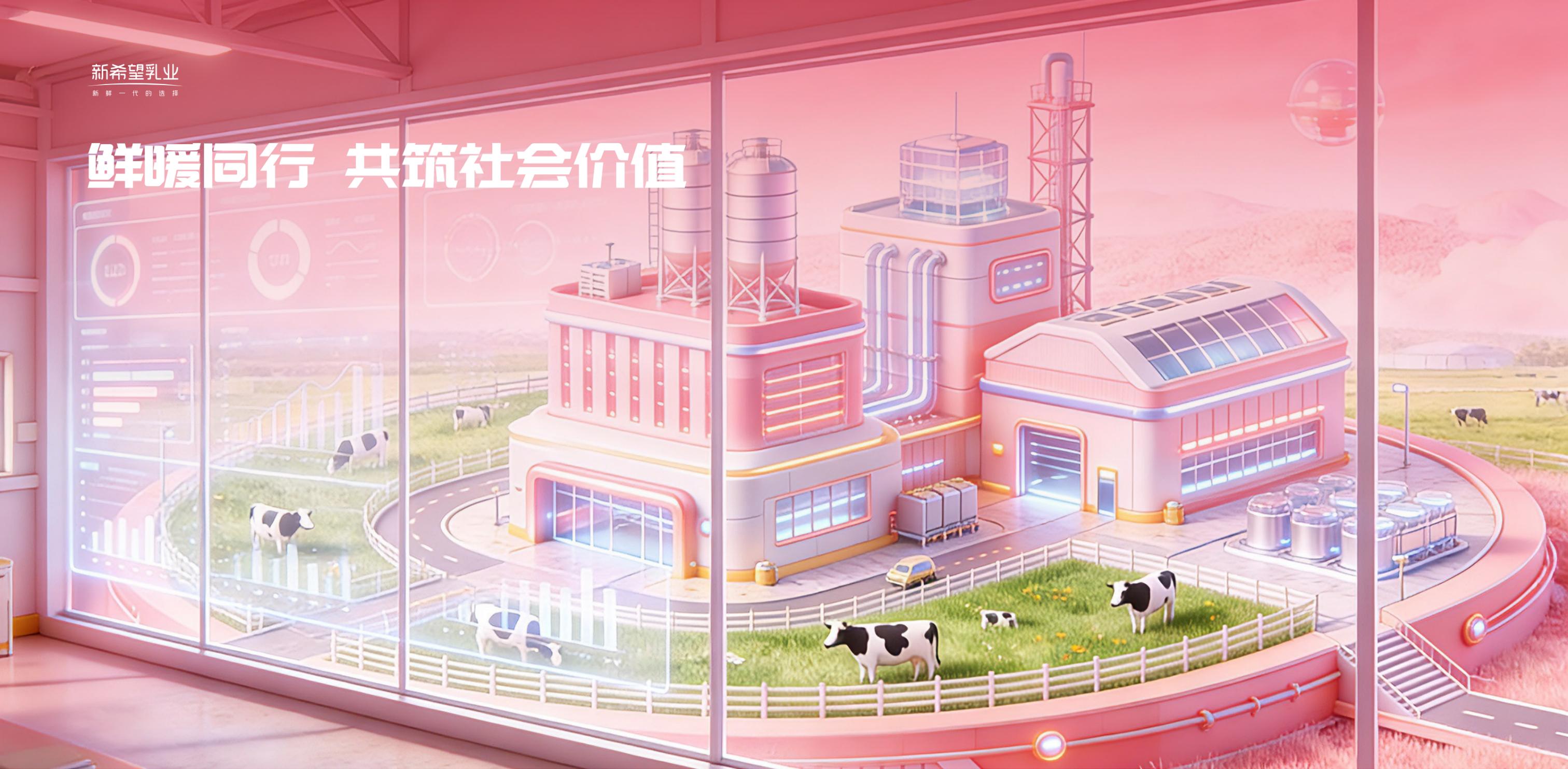
公司积极投身于行业生态共建，通过各类行业论坛、峰会等活动，分享创新实践、贡献系统性解决方案，与同业共同探索高质量发展路径，推动技术革新与可持续发展理念在产业链中的深度融合。

案例 新乳业参加第十六届奶业大会、奶业20强（D20）论坛暨2025中国奶业展览会

2025年7月，公司参加第十六届奶业大会、奶业20强（D20）论坛暨2025中国奶业展览会，共同发起《中国乳品企业厦门倡议》，为产业未来发展凝聚共识。公司以“优质乳工程”为范本，系统介绍了其在全链条“鲜”能力建设、数智化全面赋能及科技创新驱动产品突破等方面的成果，以系统性解决方案为行业升级提供了实践范例。



鲜暖同行 共筑社会价值



回应的SDGs



从赋能员工成长与职业安全，到投身社区帮扶与乡村振兴，新乳业以点滴行动持续为员工创造价值、为社会贡献力量，让企业发展的温度传递给每一位伙伴与社会大众。

员工发展

新乳业以“赋能员工、成就人才”为核心导向构建全链条员工发展体系，为员工职业成长与价值实现提供坚实支撑。

员工发展治理

公司的员工发展战略由组织与人才委员会统筹制定，经董事会薪酬与考核委员会审议决策后，由总部及各子公司的人力资源部或人力行政部负责落地执行。总部人力资源部按薪酬绩效、招聘与配置等专业模块分工，子公司则根据规模采用人力行政分设或合并的模式，全面负责薪酬福利、多元化用工、劳工权益保障、员工培训等具体事务。在管理模式上，公司采用分权体系，以总部专业赋能与支持为核心，通过关键指标设定、重点项目推进及专业能力赋能等方式驱动业务，子公司则对自身经营结果承担直接责任，确保员工发展工作在全公司范围内高效协同、权益保障到位。



员工发展战略

公司员工发展战略以助力业务发展、打造组织效能领先为核心目标，人力资源线路围绕公司整体战略指引，同时结合企业未来发展规划制定专项人力资源规划，推动员工发展与企业发展深度协同。

| | |
|-------|---|
| 组织层面 | 紧扣业务变革需求深化敏捷组织转型，完成运营机制2.0的迭代并落地迁移至OTO（线上到线下）业务场景，适配业务发展节奏。 |
| 能力层面 | 通过拆解核心价值链、深挖关键成功要素淬炼组织知识资产，已实现市场、销售、生产、食安四大业务线知识体系结构化，开发20项组织案例，覆盖58项业务场景。 |
| 激励层面 | 围绕“优化存量绩效、强化增量激励、提升组织效能”三大方向推进激励机制创新，联合生产体系首次推出“计薪模式”变革与“用工模式”多元化的组合式创新举措，有效激发员工积极性，提升组织运营效率。 |
| 数字化层面 | 聚焦员工效率与体验提升，依托飞书开发数字化工具并实现对业务场景的深度赋能。 |

员工雇佣与流动

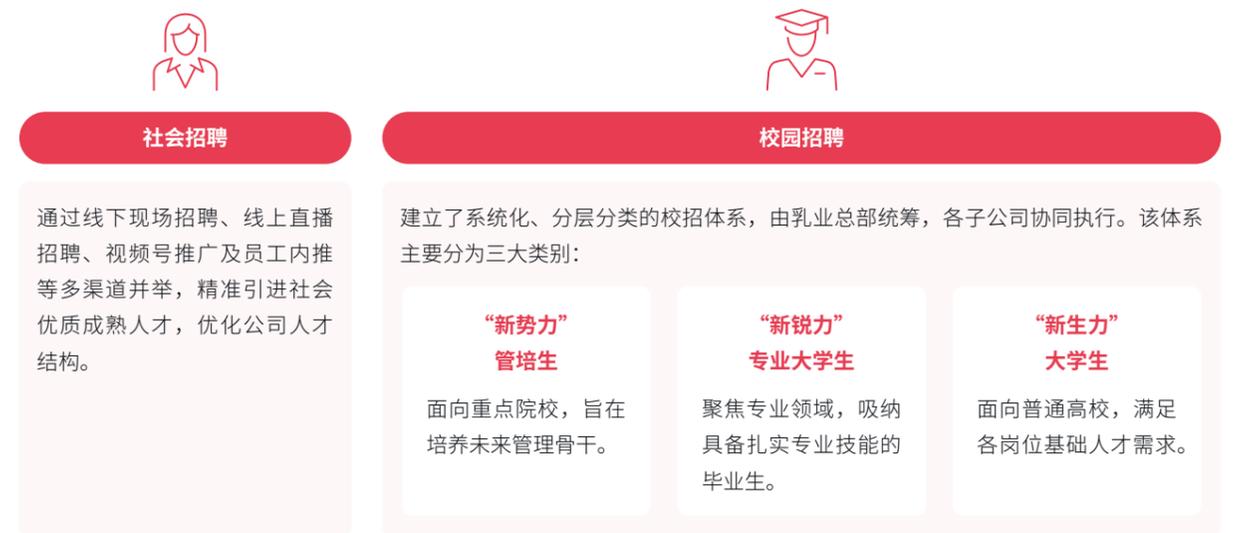
公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国就业促进法》等国家相关法律法规，内部以《员工手册》为核心，坚守平等就业、反歧视原则，保障员工合法权益。

规范招聘与雇佣

公司建立了覆盖内外部招聘的规范化流程体系，明确包括亲属及利益关联申报、背景调查、体检等在内的录用标准。通过细化入职手续、试用期考核与转正评估机制，系统制定了涵盖考勤假期、薪酬福利、岗位异动、职业道德及离职交接等环节的全周期管理规则，构建起权责清晰、合规有序的招聘与雇佣管理体系。

招聘与雇佣策略

公司秉持“强校招、精社招”的招聘策略，在吸纳多元人才支撑业务发展的同时，积极履行稳定就业、促进人才发展的社会责任。



平等公平的雇佣原则

平等就业：公司坚决杜绝因民族、种族、性别、宗教信仰、年龄等差异产生的任何形式歧视，为员工提供公正待遇与平等发展机会。招聘环节对求职者无民族、种族、性别、宗教信仰、年龄等区别对待，同时赋予内部员工空缺岗位优先竞聘权，确保人才选拔的公正性与包容性，维护员工合法权益。

录用与晋升公平：公司在管理层任用、员工晋升环节严格恪守性别平等原则，杜绝任何形式的男女歧视。任用与晋升均以员工工作能力、业绩表现、职业素养及岗位适配度为核心依据，不因性别设置差异化标准或限制，遵循公平、公正、公开原则为所有员工提供平等的竞争机会与发展通道，充分保障女性员工职业发展权益，确保管理层性别结构与整体晋升机制的均衡公正。

助力区域就业发展

公司在各地运营发展过程中，持续提升当地就业贡献率，为区域经济发展注入活力，以实际行动践行企业社会责任。

新乳业人权相关的雇佣承诺

反童工与
反强迫劳动

公司郑重承诺严格遵守国内外所有关于禁止使用童工和杜绝强迫劳动的法律法规，始终秉持公平、公正、人道的用工原则，为员工提供安全、健康且自由的工作环境。公司坚决反对任何形式的童工使用和强迫劳动行为，并将此作为公司运营的基本准则和道德底线。为避免使用童工、避免强迫劳动的措施如下：

- 在招聘员工时，要求应聘者提供有效的身份证件，并仔细核对其年龄信息，对于无法提供有效证件或年龄存疑的应聘者，将拒绝其入职；
- 宣贯考勤管理要求，明确劳动者和用人单位的权利和义务，防止用人单位利用劳动合同进行不正当约束。
- 加强对劳动合同签订和履行的监督，确保劳动合同内容合法、公平，维护劳动者的合法权益。

反骚扰

公司明确禁止任何骚扰、欺凌和歧视行为，重视女性员工的职场保护，并对违规情况依法进行严肃处理。

个人隐私保护

公司尊重和保护员工个人隐私，在未取得本人同意时不对外公开员工的个人隐私信息。

多元化与
反歧视

在现有反歧视基础上，明确禁止基于性别、年龄、民族、宗教信仰、残障状况、性取向等任何维度的歧视，细化同工同酬的具体执行标准，同时增加对女性员工职业发展的支持措施，如产假、育儿假保障及晋升通道平等机制。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------------------|----|-------|-------|-------|
| 员工总数 | 人 | 8,793 | 8,664 | 8,274 |
| 按性别划分 - 男性员工数量 | 人 | 4,423 | 4,377 | 4,309 |
| 按性别划分 - 女性员工数量 | 人 | 4,370 | 4,287 | 3,965 |
| 按年龄划分 - 29岁及以下员工数量 | 人 | 2,007 | 1,901 | 1,785 |
| 按年龄划分 - 30 - 50岁员工数量 | 人 | 5,878 | 5,989 | 5,692 |
| 按年龄划分 - 51岁及以上员工数量 | 人 | 908 | 774 | 797 |
| 按学历划分 - 大专及以上学历员工数量 | 人 | 7,042 | 6,792 | 6,377 |
| 按学历划分 - 本科员工数量 | 人 | 1,598 | 1,718 | 1,755 |
| 按学历划分 - 硕士员工数量 | 人 | 148 | 150 | 138 |
| 按学历划分 - 博士员工数量 | 人 | 5 | 4 | 4 |
| 按职级划分 - 高层管理人员数量 | 人 | / | / | 7 |
| 按职级划分 - 中层管理人员数量 | 人 | / | / | 1,767 |
| 按职级划分 - 基层员工数量 | 人 | / | / | 6,500 |
| 少数民族员工数量 | 人 | 942 | 942 | 905 |

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|----------------------|----|-------|-------|-------|
| 新雇佣员工数量总数 | 人 | 2,474 | 2,172 | 2,066 |
| 新雇佣员工-按性别划分-男性 | 人 | 1,458 | 1,294 | 1,256 |
| 新雇佣员工-按性别划分-女性 | 人 | 1,016 | 878 | 810 |
| 新雇佣员工-按年龄划分-29岁及以下 | 人 | 1,312 | 1,189 | 1,199 |
| 新雇佣员工-按年龄划分-30-50岁 | 人 | 1,101 | 956 | 829 |
| 新雇佣员工-按年龄划分-51岁以上 | 人 | 61 | 27 | 38 |
| 新雇佣员工-按学历划分-硕士及以上 | 人 | / | 38 | 29 |
| 新雇佣员工-按学历划分-本科 | 人 | / | 513 | 524 |
| 新雇佣员工-按学历划分-大专 | 人 | / | 522 | 461 |
| 新雇佣员工-按学历划分-中专中技职高高中 | 人 | / | 700 | 644 |
| 新雇佣员工-按学历划分-初中及以下 | 人 | / | 399 | 408 |
| 员工离职率 | % | 26 | 24 | 27 |
| 员工离职人数 | 人 | 2,380 | 2,065 | 2,195 |
| 员工离职人数-按性别划分-男性 | 人 | 1,288 | 1,189 | 1,198 |
| 员工离职人数-按性别划分-女性 | 人 | 1,092 | 876 | 997 |
| 员工离职人数-按年龄划分-29岁及以下 | 人 | 1,054 | 964 | 994 |
| 员工离职人数-按年龄划分-30-50岁 | 人 | 1,164 | 980 | 1,056 |
| 员工离职人数-按年龄划分-51岁及以上 | 人 | 162 | 121 | 145 |
| 内部轮岗率 | % | / | / | 5 |

员工平等与多元化

公司坚持多元包容的人才理念，积极促进团队内部的团结与融合。为充分尊重并保障少数民族员工的饮食习俗与合法权益，公司在相关区域专门开设清真食堂，通过细致的后勤保障，切实贯彻民族平等原则。截至报告期末，少数民族员工达905人，占员工总数的10.94%，残疾员工56人，占公司总数的0.68%。

案例 践行民族包容理念,深耕多元文化建设

公司旗下多家子公司通过开展融入非遗文化的活动、民族文化主题研学等，进一步凝聚多元团队力量，增进不同文化背景员工的相互理解与认同。

- 西昌三牧参加少数民族火把节，推出节日限定款产品传递地域文化，还为员工提供带薪假期，让大家深度感受民俗氛围；
- 在宁夏地区，夏进乳业遵循当地政策，为少数民族员工安排开斋节、古尔邦节等特定少数民族假日，保障其宗教信仰与节日习俗需求。

案例 内部女性力引导培训

公司内部推荐员工学习《成为一束光》，为职场女性提供了兼具温度与力量的指南，以女性视角分享人生经验，鼓励女性成为独立、温暖、有力量的光，照亮自己与他人。

员工福利与关怀

新乳业始终重视员工福祉建设，构建多维度员工福利与关怀体系，从薪酬保障到情感关怀全方位发力，切实提升员工归属感与幸福感。

薪酬与福利

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》等国家及地方各项法律法规，内部实施《新希望乳业股份有限公司职工福利管理办法》，致力于构建以法定福利为基础、以特色福利为补充的员工福利保障体系，切实保障员工合法权益。

多元化薪酬管理体系

公司遵循“以岗定级、以级定薪、人岗匹配、易岗易薪”原则，针对不同岗位序列与业务模式，设计年薪制、月薪制、计件制及提成制等多元化计薪方式。

动态灵活的薪酬机制

员工因转正、工作调动或岗位调整可即时调薪；同时依据公司经济效益、市场工资趋势及个人绩效结果调整薪酬，并不定期开展绩效面谈与辅导，确保薪酬水平匹配市场价值与公司发展状况。

绩效导向的激励与发展

公司建立了以员工工作业绩、能力及文化价值观为导向的绩效管理体系，通过定期沟通、过程辅导与公平公正公开的评估方式开展管理。同时，设立与业务目标紧密挂钩的激励机制，实现出勤保障与贡献激励相结合以及个人绩效与团队及公司经营成果相联动。

福利保障与人文关怀

公司系统化推进员工福利实施与人文关怀计划，在健康保障、生活支持、家庭关怀与长期激励等多个维度深化建设，致力于营造安全、健康、温暖且充满活力的工作环境。

法定福利

公司依法为员工缴纳五险一金，全面落实带薪年假、婚假、产假、陪产假、育儿假、产检假、哺乳假等法定假期，对哺乳期员工提供弹性工作安排。

健康保障计划

公司组织年度全员健康体检或职业健康筛查，同时关注健康干预与应急保障，如夏进乳业工会为生产车间与办公场所配置药品与急救设施，湖南南山食堂根据体检反馈推出特色健康餐品。

生活支持计划

在餐饮方面，公司持续为员工提供食堂用餐补贴，并不断优化管理，对员工食堂进行服务与菜品升级。节日福利上，每逢春节、中秋、端午等传统节日，公司为员工发放红包、礼品卡或实物福利，并在妇女节、母亲节、儿童节等举办特色活动或赠送礼物。同时，公司每季度开展员工生日会，为员工发放蛋糕卡、牛奶或专属礼物。通勤关怀上，夏进公司开通冬季通勤车解决员工出行难题。此外，公司发放冬夏工装、防寒冲锋衣、清凉及温暖物资等，持续改善员工工作条件。公司亦注重后勤响应，如昆明雪兰建立维修群做到“小修不过夜”，苏州双喜提升宿舍维修响应速度。



贺兰山牧业拜年合影福利发放合影

家庭关怀计划

公司开展在外务工人员家庭慰问、子女高考祝福等暖心举措，设立员工子女关爱项目，对考入高校的员工子女发放奖学金。为退休职工举办荣休仪式并发放纪念品。此外公司在员工结婚、直系亲属去世、重阳节等关键时点，均进行慰问并赠送礼金或慰问金，针对低保户员工群体也给予相应帮扶。



员工高考子女助学金合影



员工退休仪式合影

长期激励与爱心帮扶

公司认真执行《爱心基金管理办法》，对遭遇重大疾病或特殊困难的员工及家庭提供及时的经济援助与情感支持。2025年度，共计帮扶22名困难职工，援助金额24.8万元。自2014年该办法执行以来，已累计帮扶276名困难职工，援助总额达302.6万元。

案例 新华西举办员工生日活动

新华西在新英十二期特训营中为三季度寿星举办温馨生日会，班委精心筹备定制蛋糕与真挚祝福，为紧张的学习氛围注入温暖，留下难忘美好记忆。



新华西员工生日会活动现场

企业文化

公司依托于“根植大地的新希望文化金字塔”，通过树立标杆、营造氛围，持续将文化理念转化为员工的自觉行动与共同共识。公司倡导“健康生活、快乐工作”的理念，全年组织开展形式多样、内容丰富的文体活动，致力于促进员工身心和谐与团队融合。

文体竞赛与健身活动

公司常态化举办各类体育竞赛与健身活动，例如组织篮球友谊赛、员工趣味运动会、登山徒步、户外健康跑等，鼓励员工在竞技中锻炼体魄，在协作中释放压力，增强团队凝聚力。



员工趣味运动会

员工徒步登山

员工拔河活动

主题团建与人文关怀活动

公司结合重要节日与季节特点，开展主题鲜明的团建与庆祝活动，如新年许愿、元宵喜乐会、季度生日会、游园会等，持续营造温暖、活泼的组织氛围，增进员工归属感与情感连接。



春节游园会活动现场

员工沟通与申诉

公司高度重视员工沟通与权益表达，搭建起多元、开放的内部沟通申诉体系，通过标准化调研洞察员工真实需求，依托多渠道保障员工声音及时传递、有效响应。

职工代表大会

公司严格执行职工代表大会制度，确保其作为企业民主管理的基本形式有效发挥作用。2025年，各子公司均依法依规召开了职代会或会员代表大会。总部亦于2025年12月25日召开了一届二次职工代表大会，履行了包括选举职工董事在内的民主程序。



新希望乳业总部一届二次职工代表大会

集体协商

公司严格履行《新希望乳业股份有限公司集体合同》，在劳动报酬、工作时间、休息休假、劳动安全卫生、保险福利及女职工特殊权益等方面，为员工权益提供了坚实的制度保障。

多元化沟通与申诉

公司搭建了多类型、立体化的内部沟通渠道，营造开放透明、彼此尊重的沟通环境。

制度化沟通平台

总部设有阳光企业投诉举报热线，搭建了“希望圈”平台等沟通渠道。同时各子公司积极推行多种形式的面对面沟通，如总经理见面交流会、民主生活会、基层员工沟通会等。2025年，全公司范围共计开展各类沟通会、座谈会超过60场，累计参与员工逾8,000人次。

特色化反馈实践

云南蝶泉设立“员工之声反馈信箱”，广泛征集关于生意增长、产品创新、降本增效等方面的“金点子”与工作诉求，并在见面会上公开反馈与奖励。昆明雪兰推出“万事响应”信箱，湖南南山、西昌三牧等公司将员工沟通与季度生日会结合，苏州双喜、上海唯品等公司则针对不同部门组织专题民主沟通会。

沟通实效与闭环

公司全年收集并推动解决了关于工作流程、后勤保障、职业发展等方面的实际问题474项，形成了有效的“倾听-反馈-解决”良性循环。在云南蝶泉第十二期员工面对面交流会中，公司总经理针对跨部门协作问题，现场制定可落地的改进方案，更是闭环管理的具体体现。

案例 云南蝶泉开展第十二期员工面对面交流会

云南蝶泉开展第十二期“敞开心扉，听我说——蝶泉员工面对面交流会”，160余名员工线上线下参与本次活动。会上，公司总经理针对跨部门协作的核心问题，围绕推广合作、客诉处理、招聘、文化活动等具体工作，结合各部门职能定位与实际协作场景，逐一制定可落地、可追溯的改进方案，推动所有问题整改形成闭环管理。



云南蝶泉第十二期员工面对面交流会-表彰环节

员工满意度/敬业度调查

公司开展2025年度员工满意度/敬业度调查，调查设42道题目，包含12个满意度维度、3个敬业度表现形式及4道主观题，最高分为6分。调研全程严格遵循“信息保密、杜绝干涉、严禁泄漏”原则。调查结果显示，乳业整体满意度均值5.02分、敬业度均值5.15分，处于较高的员工满意度与敬业度水平。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|---------------------------|----|-------|-------|--------|
| 劳动合同签订率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 五险一金覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 带薪产假/陪产假 | 天数 | / | / | 14,083 |
| (均带薪) 休产假/陪产假的员工总数 | 人 | 175 | 187 | 147 |
| (均带薪) 休产假/陪产假的员工总数-男性 | 人 | 75 | 92 | 66 |
| (均带薪) 休产假/陪产假的员工总数-女性 | 人 | 100 | 95 | 81 |
| (均带薪) 产假/陪产假结束后返岗的员工总数 | 人 | 179 | 174 | 143 |
| (均带薪) 产假/陪产假结束后返岗的员工总数-男性 | 人 | 75 | 92 | 61 |
| (均带薪) 产假/陪产假结束后返岗的员工总数-女性 | 人 | 104 | 82 | 82 |

员工培训与发展

公司以多元引才铺就员工成长入口，通过灵活的职业发展机制与系统化培训生态，让员工的成长与企业发展同频共振。

员工培训体系

公司以“有人可用、人有状态”为人才发展核心理念，传承“想赢、敢做、爱拼、会玩”的精神，通过“三新发展中心”等载体，实施精准化培养。

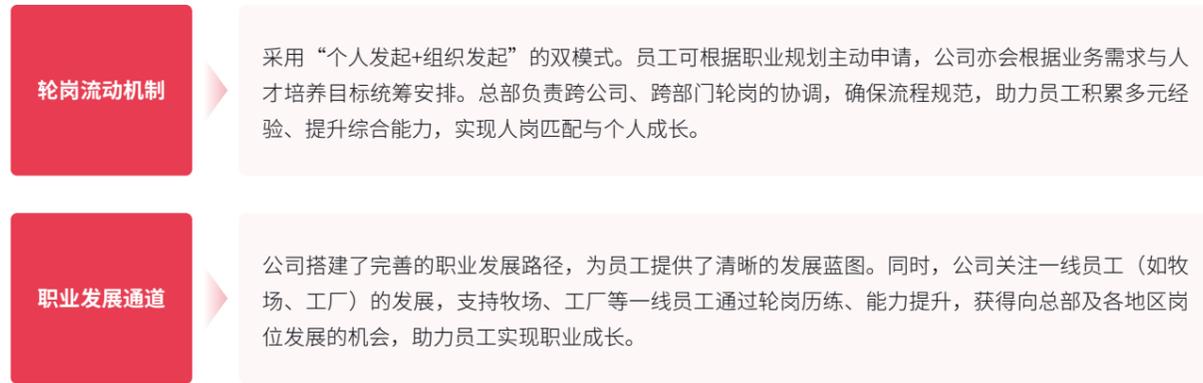
- 顶层设计与策略：**培训体系以公司使命、愿景、价值观及核心战略为指引，坚持“统一底色，因地制宜”。2025年，培训工作突破传统课堂边界，深入业务一线，通过“学标杆、促改善、打硬仗、炼真功”的方式，将领导力与专业力培养深度植入实际场景，加速核心能力孵化。
- 体系化运营与数字化支撑：**根据人才的不同成长阶段与能力要求，设立三新发展中心，实现精准化培养；在底层支撑上，为全体员工提供普适性的能力打底与知识补给，通过持续、常态化的培训，提升全员的基础职业素养与通用能力。通过课程体系、师资体系、运营体系建设，保障培训项目高效落地与运转；以知识管理平台，加持数字化底座，依托在线学习系统承载组织经验智慧，实现知识的高效沉淀与共享，让员工随时随地获取知识资源。构建出一个系统化、分层分类的人才培养生态，为组织的高质量发展提供坚实的人才支撑。
- 培训成效：**全年累计顺利结业621人次，新青年晋升率达44.98%，在筑牢人才梯队根基的同时，持续夯实组织长期竞争力。

培训分层发展体系架构



内部流动与职业发展

为优化人才配置并支持员工成长，公司建立了灵活有序的内部发展机制。



案例 新蕾发展中心

培养高潜新青年149人，总部与子公司联合构建校招全生命周期管理机制，驱动新青年、激发新活力，创新运营机制，师徒带教，深入一线“战场”实践，锻造专业力与职业力，为公司注入“鲜活”基因，夯实人才发展底盘。



案例 新锐发展中心

面向专业序列，夯实组织中坚力量，通过联合特训，以业务为导向，培养各级专业人才240余人，通过联合特训，持续打强专业能力。公司召开《首期OTO特训营》，面对即时零售的消费“新增长极”业态，77名销售骨干齐聚长沙，以训战结合的方式，通过分析行业趋势与现状痛点、对标内外部优秀案例，研讨新打法，结合FAST模型与八要素工具应用，打强核心业务能力。



公司召开智察精控，数聚财能—财经特训营，16家子公司43位财务菁英集结成都，为了更好地助力公司战略经营的有效落地，积极应对复杂多变的市场环境与日益激烈的行业竞争，进一步夯实财经管理基础，强化业财深度融合，提升业绩管理效能，为公司高质量发展提供坚实保障。



案例 新英发展中心

公司面向管理序列，打造卓越管理梯队，以领导力为标准牵引，训战融合，培养各级管理人才232人，持续为公司提供强大的人才储备力量。



案例 公司校企协同赋能产业人才培养

1. 苏州双喜荣获全国农产品加工与质量检测行业产教融合共同体常务理事单位。
2. 新希望乳业携手四川长江职业学院，共育牧业英才。通过校企合作模式，培养“毕业即上岗”的专业对口人才，乳业公司从导师、实训基地、创新平台等多方面提供全方位支持。



3. 青岛琴牌携手青岛工贸职业学院，搭建“校企直通、人才前置”的合作新桥梁，持续定向输送高素质技术技能人才，为公司高质量发展注入源源不断的“新鲜”力量。

| 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|--------------------|----|-----------|------------|------------|
| 全年培训总投入 | 万元 | 813.68 | 851.76 | 852.11 |
| 全年培训总人数 | 人 | / | 7,617 | 7,969 |
| 按性别划分-男性员工受训人数 | 人 | / | / | 4,197 |
| 按性别划分-女性员工受训人数 | 人 | / | / | 3,772 |
| 按职级划分-高层管理人员受训人数 | 人 | / | / | 59 |
| 按职级划分-中层管理人员受训人数 | 人 | / | / | 608 |
| 按职级划分-基层员工受训人数 | 人 | / | / | 7,302 |
| 全年员工培训总人次 | 人次 | / | / | 110,406 |
| 按性别划分-男性员工受训人次 | 人次 | / | / | 61,593 |
| 按性别划分-女性员工受训人次 | 人次 | / | / | 48,813 |
| 按职级划分-高层管理人员受训人次 | 人次 | / | / | 1,075 |
| 按职级划分-中层管理人员受训人次 | 人次 | / | / | 11,059 |
| 按职级划分-基层员工受训人次 | 人次 | / | / | 98,272 |
| 全年总培训时长 | 小时 | 88,546.88 | 116,322.82 | 167,277.86 |
| 每名员工的平均培训时长 | 小时 | / | 13.43 | 20.99 |
| 按性别划分-每名男性员工平均培训时长 | 小时 | / | 13.04 | 23.22 |
| 按性别划分-每名女性员工平均培训时长 | 小时 | / | 13.8 | 18.51 |
| 按职级划分-高层管理人员平均培训时长 | 小时 | / | 46.67 | 28.16 |
| 按职级划分-中层管理人员平均培训时长 | 小时 | / | 30.77 | 26.75 |
| 按职级划分-基层员工平均培训时长 | 小时 | / | 12.27 | 20.45 |
| 员工培训覆盖率 | % | / | 95 | 96 |

健康与安全

新乳业将员工健康与生产安全置于运营管理的核心位置，建立权责清晰、管控全面的健康安全管理体系，筑牢企业可持续发展的安全基石。

健康安全体系

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国消防法》等相关法律法规和政策规定，内部实施《安全生产管理制度》《职业卫生管理制度》《安全生产责任制》《安全生产操作规程》来完善公司安全管理体系，同时公司每年签订安全生产目标责任状，覆盖率达100%。

组织架构及职权范围

公司高度重视安全健康管理并成立了安全生产委员会，委员会明确了各层级的组织架构与人员职责，并确保各部门及员工在日常工作中落实安全生产责任。截至报告期末，公司已有71%的单位获得ISO 45001（职业健康安全管理体系国际标准）。

健康安全风险管理

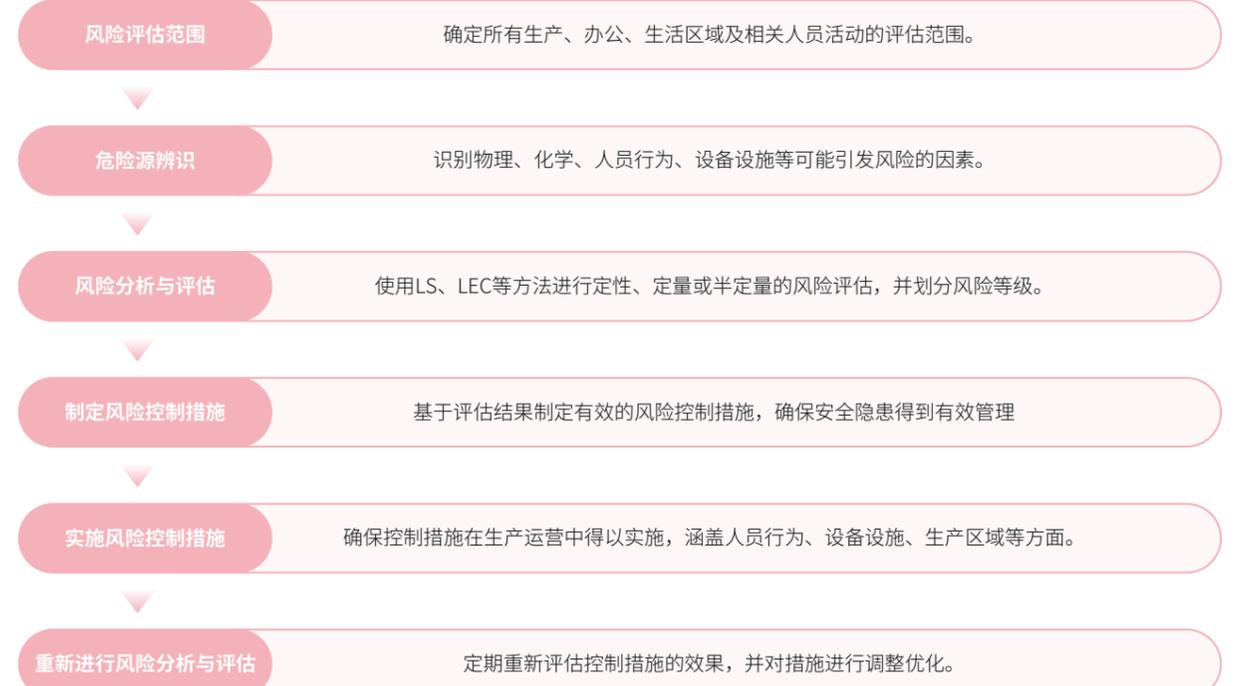
新乳业始终将员工健康与生产安全置于首要位置，在各子公司层面系统建立了“风险分级管控”与“隐患排查治理”相结合的双重预防机制，持续夯实健康安全管理的体系基础。

职业健康与安全生产风险识别

公司整体统筹规划，并决策部署，要求从工程技术、管理、培训、个体防护和应急处置五个维度制定控制措施，确保风险可知、可防、可控。公司建立了严格的安全风险分级管控体系，依据风险等级实行差异化精准管控，并从工程技术、管理、培训、个体防护和应急处置五个维度制定控制措施，确保风险可知、可防、可控。



职业健康与安全生产风险识别流程



公司职业健康与安全生产风险识别结果与应对

| | 职业健康 | 安全生产 |
|------|--|---|
| 识别结果 | 根据法律法规及规范要求，公司识别出职业危害点位。 | 识别出风险主要表现为火灾隐患、承包商安全管理、危险作业、场内车辆伤害。 |
| 应对措施 | 公司建立管理制度和台账，定期完成职业危害因素检测，全年完成接触职业危害人员健康体检。 | 公司坚持问题导向，突出关键环节，不断加大安全投入，创新安全管理方法和手段，狠抓消防安全、危险作业、特种设备、重点人员等方面重点整治，确保安全形势持续稳定。 |

安全生产与职业病风险防控

公司依据国家法律法规，建立健全职业健康安全管理体系。通过常态化推进安全生产与职业健康日常管理，并建立完善相应的安全档案，系统落实职业健康监护工作。公司每年定期组织员工职业健康体检，并对工作场所职业危害因素进行检测。依据检测与评估结果，全面配置安全设备设施、劳动防护用品及应急物资，并持续开展日常安全检查与专项评价，形成闭环管理，以确保员工健康与工作环境安全。

职业健康保护措施

| 措施领域 | 具体措施 |
|--|--|
|  劳保用品使用 | 公司为员工提供符合行业标准的劳保用品，如安全帽、手套、护目镜、防护服等，确保员工在工作过程中受到充分的保护。 |
|  防暑降温措施 | 在高温天气期间，公司提供充足的饮用水、设置凉爽的休息区域以及定期安排员工进行休息，提供专用的防暑降温用品。 |
|  安全设备设施 | 公司配置了紧急停机按钮、安全警报器、火灾灭火器等安全设备设施，并设立了安全标识和应急疏散通道。 |
|  环境监测 | 公司定期进行工作环境监测，确保空气质量、噪音水平、温湿度等符合健康和标准。 |
|  职业健康监测 | 公司定期为员工进行职业健康监测，特别是对于长期接触有害物质或高风险岗位的员工，进行专项健康检查。 |
|  年度体检 | 公司为员工提供年度体检服务，包括常规体检和职业健康体检，确保员工健康状况得到及时了解与干预。 |
|  改善工作环境 | 减少职工对职业危害因素的接触，同时设备设施场所配置空调和换气扇，加强空气流动，并且采用先进的降噪设备，降低工作场所噪声。 |

案例

新乳业2025年员工职业健康体检



| 指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------|----|--------|--------|--------|
| 工伤保险投入金额 | 万元 | 301.72 | 356.94 | 381.30 |
| 工伤保险覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 因工伤损失总日数 | 天 | / | / | 816 |
| 安全生产责任险投入金额 | 万元 | / | / | 104.65 |
| 安全生产责任险覆盖率 | % | / | 100 | 100 |
| 职业病发生率 | % | 0 | 0 | 0 |
| 员工体检覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 重大安全事故发生次数 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 发生安全事故次数 | 次 | 29 | 23 | 30 |
| 员工因工死亡人数 | 人 | 0 | 0 | 1 |
| 工伤率 | % | 0.32 | 0.25 | 0.41 |

应急管理

公司依据《生产安全事故应急救援预案》开展系统化安全管理。该预案已按规定向运营所在地应急管理部门备案，并定期开展全面的应急风险识别与评估工作，以持续提升突发事件应对能力。

在日常管理与应急准备方面，公司严格执行物资配置要求，确保个人防护用品与应急救援物资储备充足。同时，每年制定专项应急演练计划，组织开展实战化演习，以持续检验预案可行性、优化处置流程，切实提升整体应急响应与风险防控能力。

公司应急管理措施

| 措施类别 | 具体要求 |
|---|--|
|  应急预案编制 | 各企业需依据法律法规和规范性文件要求，编制综合应急预案、专项应急预案、现场处置方案和应急处置卡，明确应急职责、规范应急程序。 |
|  风险辨识与评估 | 企业应针对突发事件特点进行风险辨识和评估，确定事故类别、可能性、危害后果及影响范围，提出防范和控制风险隐患的措施。 |
|  预案评审与演练 | 完成应急预案后，组织评审并进行桌面演练，检验可操作性。通过演练测试应急预案的有效性，发现问题并进行修订。 |
|  应急资源保障 | 企业应调查应急资源，包括队伍、装备、物资、场所等，确保充足的应急保障。建立应急物资定额储备机制，防止物资挪用。 |
|  应急资金保障 | 确保应急资金保障，包括物资储备、设施维护、队伍建设和培训演练等工作。相关费用应纳入企业财务预算。 |
|  应急设备与技术 | 企业应配备必要的应急监测、监控和报警装置，定期检测和维护应急设备，确保设备可靠，设置应急避难场所和安全撤离路线。 |
|  应急演练 | 企业应每年组织实战演练或桌面推演，演练内容包括消防、防汛、有限空间等专项预案，评估演练效果并进行整改。 |
|  应急培训 | 每年至少开展一次应急培训，涵盖法律法规、应急预案、避险知识、自救技能等方面。针对不同岗位进行有针对性的培训。 |
|  风险防控与监测 | 开展隐患排查治理，完善安全生产条件，通过隔离危险、加强防护、采取技术措施等方式管控风险。加强应急监测预警信息的传递和共享。 |

案例 机械伤害事故专项演练

贺兰山乳业组织开展了挤奶厅机械伤害事故专项应急预案演练。演练前明确安全规则，强调参与人员不得进入危险区域、不混淆模拟与真实事件、避免极端天气下进行，并确保应急设施与人员处于就绪状态，遇真实险情立即终止。演练人员统一穿戴工作服与安全帽，配备医药箱，并检查角磨机等设备状态。演练模拟挤奶厅员工使用角磨机切割奶仓时不慎切伤手指。其他发现事故的同事立即上报安环部与行政部，安环人员到场进行初步救护，行政部安排车辆送医。事后，安环部对现场进行安全检查，确认安全后允许清理与恢复生产。演练结束后，安环部对流程合理性与适宜性进行评估，梳理发现问题，形成演练报告与改善计划，并跟进整改措施落实，实现应急管理的闭环提升。

案例 关于消防宣传月灭火和疏散应急预案演练

夏进乳业在第34个全国消防宣传月组织开展灭火和疏散应急预案演练，演练在包装车间与立体库之间道路及南门西侧空地，80名相关员工参演、各子公司安全管理人员观摩，演练涵盖报警、灭火、疏散等内容，分组有序开展，结束后进行点评和消防器材实操培训，通过此活动全面提升员工安全防范意识与应急疏散、救援救助实操技能，切实强化全员安全素养。



火灾事故演练现场

化学品安全管理

公司通过《危险化学品管理制度》加强内部管控。在日常管理中，各子公司严格依据法规及属地公安机关要求进行危险化学品的采购与使用，规范建设危险化学品库房，配备防入侵、电子门禁、报警及视频监控系统，并将相关信号接入公司监控中心。同时，按要求将危险化学品备案资料上传至公安机系统，定期接受现场检查，并建立完备的管理台账。

案例 危废污染事件专项应急演练

公司组织开展危险化学品泄漏应急演练，模拟危化品库值班人员在出库作业时发现危废间实验用废液泄漏后，第一时间开启排风机进行通风排风，使用消防沙对泄漏液体进行隔离围挡，再将泄漏液体与消防沙充分混合后装入塑料桶完成规范处置，演练结束后全面总结事故经验教训，切实提升突发危化品泄漏事件的应急处置能力。



打开排风机进行排风



用消防沙隔离泄漏液体

安全文化建设

公司积极组织开展员工安全教育培训，强化职工安全生产意识与应急逃生能力，不断丰富安全生产活动的形式与内容，切实提升全员安全素养。



新乳业安全生产月培训



| 指标 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------------|----|-------|-------|--------|
| 安全教育培训人次 | 人次 | 9,325 | 9,000 | 22,998 |
| 人均安全教育培训时长 | 小时 | 12.00 | 12.00 | 13.11 |
| 安全教育培训覆盖率 | % | 90 | 90 | 98 |

社会公益

新乳业积极践行企业社会责任，通过社区帮扶、公益捐赠与乡村振兴等多元实践，将企业发展成果转化为惠及社会的实际价值。

社会贡献

公司协同各子公司，在救灾援助、教育支持、社区关爱、环境保护及红色传承等领域系统开展公益实践，全年累计举办各类公益与社区共建活动超60场，捐赠款物总值约275.49万元，以实际行动回馈社会，传递温暖与正能量。

应急救灾

驰援西藏日喀则地震：2025年1月，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震后，夏进乳业第一时间紧急调配首批700件牛奶物资发往震区；新华西迅速启动应急机制，向定日县捐赠10,000件牛奶，为灾区民众及救援人员提供及时的营养补给。

响应地方灾情：四川宜宾筠连县发生山体滑坡后，新华西急调配500件牛奶驰援灾区；云南洱源县发生4.8级地震后，云南蝶泉立即调拨1,000件牛奶送往震中区域。

助学兴教

“金秋助学”活动深化：夏进乳业开展“金秋助学、圆梦大学”活动，向40名考入国内知名高校的贫困大学生发放助学金12万元。



2025年“金秋助学”活动现场

常态化教育支持：新华西向湖北阳新教育局捐赠25万元；云南蝶泉在高考前夕向洱源一中捐赠牛奶；青岛琴牌在高考、六一、教师节等节点，向青岛、诸城、莱西等多地学校累计捐赠牛奶数千件；苏州双喜参与枫桥街道三年爱心助学计划，资助3个家庭。



云南蝶泉助学捐赠现场合影

社区关爱

关爱老年群体：各子公司分别在春节、重阳节等节日，慰问孤寡老人、困难老党员，捐赠牛奶及生活物资。

呵护儿童成长：昆明雪兰向昆明市慈善总会、困难儿童捐赠牛奶；青岛琴牌持续开展六一爱心活动；湖南南山慰问藏族学生与孤儿群体；夏进乳业、苏州双喜等子公司慰问当地福利院儿童等。



敬老院捐赠合影



福利院捐赠合影现场

案例 “薪火相传，希望当燃”红色教育公益活动

新希望乳业“希望有你”公益团队来到晋察冀边区革命纪念馆，开启“薪火相传，希望当燃”红色教育公益活动，并向保定市中小学校捐赠了价值40万元的营养学生奶和教育设施，用于提升当地学生的营养健康水平以及学习条件。



“薪火相传，希望当燃”红色教育公益活动现场

志愿服务

2025年，公司的公益行动广泛动员了内部力量，全年由公司组织的各类公益慈善与社区活动超过60场，员工以志愿者身份参与数百人次，公益足迹遍布全国多个省市。截至报告期末，公司累计志愿服务时长260小时，志愿服务参与人次达367人次。

案例 向户外工作者捐赠牛奶爱心活动

苏州双喜开展“夏日送清凉，致敬高温下的城市守护者”系列活动，向户外工作者捐赠牛奶，覆盖约1,500人次。



苏州双喜夏日送清凉活动合影

| 指标 | 单位 | 2024年 | 2025年 |
|-----------|----|--------|--------|
| 公益慈善捐赠总金额 | 万元 | 140.54 | 275.49 |

乡村振兴

公司持续推进乡村产业振兴，将上游牧场需求与下游农户生产紧密连接，形成稳定的利益联结机制，构建起长期稳定、互利共赢的利益联结机制。

2025年，新希望生态牧业在四川、云南、甘肃、宁夏等地区的乡村持续开展青贮玉米种植与收购项目。公司通过前期技术指导、签订收购协议等方式，与广大农户建立合作关系。全年累计投入资金约21,099万元用于定向收购农户种植的青贮玉米。

报告期内



共计收购青贮玉米

34.47万吨



收割青贮现场

| 指标 | 单位 | 2024年 | 2025年 |
|----------|----|--------|--------|
| 乡村振兴投入金额 | 万元 | 20,000 | 21,099 |

附录

附录1：数据绩效表

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | |
|---------------------|------------------------------|------------------|-------|-------|-------|----|
| 公司治理 | 董事会成员的人数 | 人 | 7 | 9 | 10 | |
| | 不兼任高管职务的董事人数 | 人 | 6 | 8 | 8 | |
| | 独董人数 | 人 | 3 | 4 | 4 | |
| | 独董人均薪酬 | 万元 | 20 | 20 | 20 | |
| | 独立董事占比 | % | 42.86 | 44.44 | 40.00 | |
| | 审计委员会独董占比 | % | 66.67 | 75.00 | 75.00 | |
| | 提名委员会独董占比 | % | 66.67 | 66.67 | 66.67 | |
| | 薪酬与考核委员会独董占比 | % | 66.67 | 66.67 | 66.67 | |
| | 女性董事占比 | % | 14.29 | 33.33 | 40.00 | |
| | 召开董事会会议次数 | 次 | 9 | 9 | 4 | |
| | 审议董事会议案个数 | 个 | 37 | 39 | 23 | |
| | 董事参会比例 | % | 100 | 100 | 100 | |
| | 召开监事会会议次数 | 次 | 6 | 5 | 4 | |
| | 审议监事会议案个数 | 个 | 15 | 13 | 12 | |
| | 监事参会比例 | % | 100 | 100 | 100 | |
| | 召开股东大会、临时股东大会次数 ¹ | 次 | 2 | 2 | 3 | |
| | 参与股东大会、临时股东大会人数 | 人 | 48 | 36 | 378 | |
| | 利益相关方管理 | 交易所互动平台回复投资人问题次数 | 次 | 88 | 75 | 88 |
| | | 对外发布公告数量 | 份 | 89 | 74 | 59 |
| | 商业道德 | 反商业贿赂及反贪污培训场次 | 次 | 2 | 2 | 2 |
| 反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事总数 | | 人 | 8 | 10 | 10 | |
| 反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比 | | % | 100 | 100 | 100 | |
| | 商业贿赂及贪污事件发生次数 | 次 | 1 | 1 | 0 | |
| 知识产权保护 | 报告期内有效专利数 | 项 | 548 | 567 | 452 | |
| | 应用于主营业务的发明专利数量 | 项 | 71 | 79 | 83 | |
| | 报告期内发明专利的申请数 | 项 | 18 | 14 | 14 | |
| | 报告期内发明专利的授权数 | 项 | 15 | 8 | 6 | |
| | 软件著作权数量 | 项 | 16 | 23 | 23 | |
| | 商标保护相关培训场次 | 项 | 2 | 3 | 2 | |

1. 根据《上市公司章程指引》等法律法规及规范性文件的相关规定，公司已于2025年12月将《公司章程》中“股东大会”的表述统一修改为“股东会”，并经2025年第二次临时股东大会审议通过。本报告沿用修订前的表述，文中“股东大会”均指现行《公司章程》所规定的“股东会”。

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|-------------|--------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| 三废治理 | 废水 | | | | |
| | 工业废水总量 | 立方米 | 3,317,127.02 | 3,497,717.91 | 3,677,671.12 |
| | 化学需氧量 (COD) | 吨 | 178.43 | 170.93 | 202.35 |
| | 生化需氧量 (BOD) | 吨 | 32.50 | 30.11 | 37.97 |
| | 氨氮 (NH3-N) | 吨 | 26.24 | 27.62 | 36.19 |
| | 总氮 (TN) | 吨 | 62.21 | 78.63 | 79.73 |
| | 总磷 (TP) | 吨 | 10.36 | 13.00 | 15.02 |
| | 废气 ¹ | | | | |
| | 废气总量 | 立方米 | 231,506,856.61 | 225,117,918.12 | 189,346,651.77 |
| | 氮氧化物 (NOx) | 吨 | 28.11 | 26.06 | 19.77 |
| | 二氧化硫 (SOx) | 吨 | 9.09 | 7.53 | 6.99 |
| | 颗粒物 (烟尘) | 吨 | 3.97 | 3.80 | 2.13 |
| | 固体废弃物 ² | | | | |
| | 废弃物产生总量 | 吨 | 329,588.59 | 277,840.79 | 477,700.93 |
| | 有害废弃物产生总量 | 吨 | 66.27 | 79.61 | 109.63 |
| 无害废弃物产生总量 | 吨 | 329,522.32 | 277,761.18 | 477,591.30 | |
| 回收循环利用废弃物总量 | 吨 | 22,165.91 | 19,431.35 | 63,740.00 | |
| 资源与能源利用 | 水资源利用 | | | | |
| | 取水总量 | 吨 | 5,400,606.50 | 6,050,845.87 | 5,894,250.69 |
| | 总耗水量 | 吨 | 5,400,606.50 | 6,050,845.87 | 5,894,250.69 |
| | 总耗水密度 | 吨/百万元营收 | / | / | 524.42 |
| | 中水回收 | 吨 | / | / | 538,041.51 |
| | 循环用水量 | 吨 | 539,190.00 | 452,631.00 | 797,814.31 |
| | 能源利用 | | | | |
| | 煤炭 | 吨 | 9.89 | 0.00 | 0.00 |
| | 汽油 | 升 | 1,757.96 | 7,313.91 | 138,985.19 |
| | 柴油 | 升 | 1,270,936.13 | 1,595,702.14 | 2,562,184.89 |
| 液化石油气 | 吨 | 19.52 | 25.56 | 10.63 | |
| 电力 | 兆瓦时 | 158,710.88 | 165,209.64 | 193,707.97 | |
| 外购蒸汽 | 吨 | / | / | 152,983.89 | |
| 清洁能源 | | | | | |
| 天然气 | 立方米 | 11,436,300.43 | 11,242,936.80 | 10,893,352.22 | |
| 太阳能 | 千瓦时 | 4,731,642.39 | 6,599,356.83 | 11,076,560.00 | |
| 甲醇 | 吨 | 23.56 | 15.78 | 14.55 | |

1. 2025年废气排放数据统计范围仅涵盖公司下属的17家生产工厂。

2. 本报告期内，新乳业通过精细化管理，环境指标统计颗粒度进一步细化，数据统计口径更趋全面、完整，因此废弃物统计量有所增长。

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|---------------------|------------------------|---------------|------------|------------|----------------|
| 资源与能源利用 | 生物质能 | 百万吉焦 | 0.28 | 0.29 | 0.20 |
| | 包材使用 | | | | |
| | 包材消耗总量 | 吨 | / | / | 128,618.53 |
| | 包材消耗总密度 | 吨/百万元营收 | / | / | 11.44 |
| | 塑料 | 吨 | / | / | 32,867.94 |
| | 纸 | 吨 | / | / | 82,479.12 |
| | 玻璃 | 吨 | / | / | 4,719.01 |
| | 其他 ¹ | 吨 | / | / | 8,552.46 |
| 应对气候变化 | 温室气体排放量总量 ² | 吨二氧化碳当量 | 378,690.12 | 492,053.84 | 576,853.70 |
| | 其中：范围一温室气体排放量 | 吨二氧化碳当量 | 280,846.83 | 365,259.48 | 433,358.61 |
| | 其中：范围二温室气体排放量 | 吨二氧化碳当量 | 97,843.29 | 126,794.36 | 143,495.09 |
| | 温室气体排放总量密度 | 吨二氧化碳当量/百万元营收 | 34.47 | 46.14 | 51.32 |
| | 减排措施直接减少的温室气体排放量 | 吨二氧化碳当量 | 19,038.00 | 27,736.14 | 33,120.54 |
| 产品质量与食品安全 | 产品召回比例 | % | / | 0 | 0 |
| | 产品合格率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 投诉处理率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 客户满意度 | % | 98.2 | 98.3 | / ³ |
| 信息安全与隐私保护 | 重大数据泄露事件 | 项 | / | / | 0 |
| | 重大信息安全事故 | 项 | / | / | 0 |
| | 消费者隐私及数据安全相关投诉 | 项 | / | / | 0 |
| 产品技术创新 | 研发投入金额 | 万元 | 9,323.49 | 9,393.09 | 8,142.05 |
| | 研发人员人数 | 人 | 153 | 140 | 147 |
| | 研发投入占营收比例 | % | 0.85 | 0.88 | 0.72 |
| 负责任供应链 ⁴ | 签订廉洁条款的供应商比例 | % | ≥98 | ≥98 | ≥98 |
| | 供应商总数 | 家 | 922 | 828 | 840 |
| | 中国大陆地区供应商总数 | 家 | 922 | 828 | 840 |
| | 中国港澳台地区供应商总数 | 家 | 0 | 0 | 0 |

1. 指回收后再利用于产品包装的玻璃瓶用量。
 2. 本报告期内，新乳业持续加强碳排放相关数据治理工作，数据统计口径、底层数据精准性更趋全面、完整，因此温室气体排放总量及强度有所增长。
 3. 2023年-2024年客户满意度数据通过rpa抓取全电商平台满意度数据，目前由于平台限制，只有个别平台有少量数据，此项数据已不具备参考性。
 4. 供应商地区按照基于一级供应商的主要经营所在地进行划分。

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|---------------------|-----------------------|-------|-------|-------|-------|
| 负责任供应链 ¹ | 海外供应商总数 | 家 | 0 | 0 | 0 |
| | 新增供应商中使用ESG维度评估的百分比 | % | ≥98 | ≥98 | ≥98 |
| | 供应商获得ISO 14001认证数量覆盖率 | % | 56 | 58 | 60 |
| | 供应商获得ISO 45001认证数量覆盖率 | % | 41 | 44 | 50 |
| | 供应商获得ISO 9001认证数量覆盖率 | % | 90 | 91 | 93 |
| | 供应链可持续发展/ESG培训场次 | 次 | 2 | 2 | 2 |
| | 供应链内部能力提升培训场次 | 次 | / | / | 2 |
| | 供应商培训总小时数 | 小时 | / | / | 8 |
| | 供应商培训总场次 | 场 | / | / | 6 |
| | 参与培训供应商数量 | 个 | / | / | 420 |
| | 供应商反贪腐培训次数 | 场 | / | / | 2 |
| | 供应商反贪腐培训覆盖百分比 | % | / | / | 80 |
| | 逾期未支付中小企业款项的金额 | 万元 | / | / | 0 |
| 员工雇佣与流失 | 员工总数 | 人 | 8,793 | 8,664 | 8,274 |
| | 按性别划分-男性员工数量 | 人 | 4,423 | 4,377 | 4,309 |
| | 按性别划分-女性员工数量 | 人 | 4,370 | 4,287 | 3,965 |
| | 按年龄划分-29岁及以下员工数量 | 人 | 2,007 | 1,901 | 1,785 |
| | 按年龄划分-30~50岁员工数量 | 人 | 5,878 | 5,989 | 5,692 |
| | 按年龄划分-51岁及以上员工数量 | 人 | 908 | 774 | 797 |
| | 按学历划分-大专及以上学历员工数量 | 人 | 7,042 | 6,792 | 6,377 |
| | 按学历划分-本科员工数量 | 人 | 1,598 | 1,718 | 1,755 |
| | 按学历划分-硕士员工数量 | 人 | 148 | 150 | 138 |
| | 按学历划分-博士员工数量 | 人 | 5 | 4 | 4 |
| | 按职级划分-高层管理人员数量 | 人 | / | / | 7 |
| | 按职级划分-中层管理人员数量 | 人 | / | / | 1,767 |
| | 按职级划分-基层员工数量 | 人 | / | / | 6,500 |
| | 少数民族员工数量 | 人 | 942 | 942 | 905 |
| | 新雇佣员工数量总数 | 人 | 2,474 | 2,172 | 2,066 |
| 新雇佣员工-按性别划分-男性 | 人 | 1,458 | 1,294 | 1,256 | |
| 新雇佣员工-按性别划分-女性 | 人 | 1,016 | 878 | 810 | |
| 新雇佣员工-按年龄划分-29岁及以下 | 人 | 1,312 | 1,189 | 1,199 | |

1. 供应商获得ISO 14001/ISO 45001/ISO 9001认证数量覆盖率，均按照包装物和原辅料供应商口径计算。

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
|------------------|---------------------------|---------|-------|--------|---------|
| 员工雇佣与流失 | 新雇佣员工-按年龄划分-30-50岁 | 人 | 1101 | 956 | 829 |
| | 新雇佣员工-按年龄划分-51岁以上 | 人 | 61 | 27 | 38 |
| | 新雇佣员工-按学历划分-硕士及以上 | 人 | / | 38 | 29 |
| | 新雇佣员工-按学历划分-本科 | 人 | / | 513 | 524 |
| | 新雇佣员工-按学历划分-大专 | 人 | / | 522 | 461 |
| | 新雇佣员工-按学历划分-中专中技职高高中 | 人 | / | 700 | 644 |
| | 新雇佣员工-按学历划分-初中及以下 | 人 | / | 399 | 408 |
| | 员工离职率 | % | 26 | 24 | 27 |
| | 员工离职人数 | 人 | 2,380 | 2,065 | 2,195 |
| | 员工离职人数-按性别划分-男性 | 人 | 1,288 | 1,189 | 1,198 |
| | 员工离职人数-按性别划分-女性 | 人 | 1,092 | 876 | 997 |
| | 员工离职人数-按年龄划分-29岁及以下 | 人 | 1,054 | 964 | 994 |
| | 员工离职人数-按年龄划分-30-50岁 | 人 | 1,164 | 980 | 1,056 |
| | 员工离职人数-按年龄划分-51岁及以上 | 人 | 162 | 121 | 145 |
| 内部轮岗率 | % | / | / | 5 | |
| 员工福利与关怀 | 劳动合同签订率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 五险一金覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | 带薪产假/陪产假 | 天数 | / | / | 14,083 |
| | (均带薪) 休产假/陪产假的员工总数 | 人 | 175 | 187 | 147 |
| | (均带薪) 休产假/陪产假的员工总数-男性 | 人 | 75 | 92 | 66 |
| | (均带薪) 休产假/陪产假的员工总数-女性 | 人 | 100 | 95 | 81 |
| | (均带薪) 产假/陪产假结束后返岗的员工总数 | 人 | 179 | 174 | 143 |
| | (均带薪) 产假/陪产假结束后返岗的员工总数-男性 | 人 | 75 | 92 | 61 |
| | (均带薪) 产假/陪产假结束后返岗的员工总数-女性 | 人 | 104 | 82 | 82 |
| | 员工培训与发展 | 全年培训总投入 | 万元 | 813.68 | 851.76 |
| 全年培训总人数 | | 人 | / | 7,617 | 7,969 |
| 按性别划分-男性员工受训人数 | | 人 | / | / | 4,197 |
| 按性别划分-女性员工受训人数 | | 人 | / | / | 3,772 |
| 按职级划分-高层管理人员受训人数 | | 人 | / | / | 59 |
| 按职级划分-中层管理人员受训人数 | | 人 | / | / | 608 |
| 按职级划分-基层员工受训人数 | | 人 | / | / | 7,302 |
| 全年员工培训总人次 | | 人次 | / | / | 110,406 |
| 按性别划分-男性员工受训人次 | | 人次 | / | / | 61,593 |
| 按性别划分-女性员工受训人次 | | 人次 | / | / | 48,813 |

| 指标类别 | 指标名称 | 单位 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | |
|-------------|--------------------|----------|-----------|------------|------------|--------|
| 员工培训与发展 | 按职级划分-高层管理人员受训人次 | 人次 | / | / | 1,075 | |
| | 按职级划分-中层管理人员受训人次 | 人次 | / | / | 11,059 | |
| | 按职级划分-基层员工受训人次 | 人次 | / | / | 98,272 | |
| | 全年总培训时长 | 小时 | 88,546.88 | 116,322.82 | 167,277.86 | |
| | 每名员工的平均培训时长 | 小时 | / | 13.43 | 20.99 | |
| | 按性别划分-每名男性员工平均培训时长 | 小时 | / | 13.04 | 23.22 | |
| | 按性别划分-每名女性员工平均培训时长 | 小时 | / | 13.8 | 18.51 | |
| | 按职级划分-高层管理人员平均培训时长 | 小时 | / | 46.67 | 28.16 | |
| | 按职级划分-中层管理人员平均培训时长 | 小时 | / | 30.77 | 26.75 | |
| | 按职级划分-基层员工平均培训时长 | 小时 | / | 12.27 | 20.45 | |
| | 员工培训覆盖率 | % | / | 95 | 96 | |
| | 健康与安全 | 工伤保险投入金额 | 万元 | 301.72 | 356.94 | 381.30 |
| | | 工伤保险覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| | | 因工伤损失总日数 | 天 | / | / | 816 |
| 安全生产责任险投入金额 | | 万元 | / | / | 104.65 | |
| 安全生产责任险覆盖率 | | % | / | 100 | 100 | |
| 职业病发生率 | | % | 0 | 0 | 0 | |
| 员工体检覆盖率 | | % | 100 | 100 | 100 | |
| 重大安全事故发生次数 | | 件 | 0 | 0 | 0 | |
| 发生安全事故次数 | | 次 | 29 | 23 | 30 | |
| 员工因工死亡人数 | | 人 | 0 | 0 | 1 | |
| 社会公益 | 工伤率 | % | 0.32 | 0.25 | 0.41 | |
| | 安全教育培训人次 | 人次 | 9,325 | 9,000 | 22,998 | |
| | 人均安全教育培训时长 | 小时 | 12.00 | 12.00 | 13.11 | |
| | 安全教育培训覆盖率 | % | 90 | 90 | 98 | |
| | 公益慈善捐赠总金额 | 万元 | / | 140.54 | 275.49 | |
| | 乡村振兴投入金额 | 万元 | / | 20,000 | 21,099 | |

附录2：指标索引（深交所17号）

| 维度 | 序号 | 议题 | 对应条款 | 报告章节 |
|-----------|----|--------------|-------------|---|
| 环境 | 1 | 应对气候变化 | 第二十一条至第二十八条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——应对气候变化 |
| | 2 | 污染物排放 | 第三十条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——三废治理 |
| | 3 | 废弃物处理 | 第三十一条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——三废治理 |
| | 4 | 生态系统和生物多样性保护 | 第三十二条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——生态环境保护与生物多样性 |
| | 5 | 环境合规管理 | 第三十三条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——环境管理 |
| | 6 | 能源利用 | 第三十五条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——资源与能源利用 |
| | 7 | 水资源利用 | 第三十六条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——资源与能源利用 |
| | 8 | 循环经济 | 第三十七条 | 绿色鲜生，筑就低碳生态——资源与能源利用 |
| 社会 | 9 | 乡村振兴 | 第三十九条 | 鲜暖同行，共筑社会价值——社会公益 |
| | 10 | 社会贡献 | 第四十条 | 鲜暖同行，共筑社会价值——社会公益 |
| | 11 | 创新驱动 | 第四十二条 | 鲜质为基，筑牢食安防线——营养与健康机遇 鲜质为基，筑牢食安防线——产品技术创新 |
| | 12 | 科技伦理 | 第四十三条 | 不适用 |
| | 13 | 供应链安全 | 第四十五条 | 鲜链协同，打造极致新鲜——负责任供应链 |
| | 14 | 平等对待中小企业 | 第四十六条 | 鲜链协同，打造极致新鲜——负责任供应链 鲜链协同，打造极致新鲜——行业协作 |
| | 15 | 产品和服务安全与质量 | 第四十七条 | 鲜质为基，筑牢食安防线——产品质量与食品安全 鲜质为基，筑牢食安防线——深化客户服务 |
| | 16 | 数据安全与客户隐私保护 | 第四十八条 | 鲜质为基，筑牢食安防线——信息安全与隐私保护 |
| | 17 | 员工 | 第五十条 | 鲜暖同行，共筑社会价值——员工发展 |
| 可持续发展相关治理 | 18 | 尽职调查 | 第五十二条 | 鲜领筑基，夯实企业治理——合规管控和风险管理 |
| | 19 | 利益相关方沟通 | 第五十三条 | 鲜领筑基，夯实企业治理——利益相关方管理 |
| | 20 | 反商业贿赂及反贪污 | 第五十五条 | 鲜领筑基，夯实企业治理——商业道德 |
| | 21 | 反不正当竞争 | 第五十六条 | 鲜领筑基，夯实企业治理——商业道德 |

附录3：释义表

| 释义项 | 释义内容 |
|------------------|-----------------------------|
| 本公司、公司、新希望乳业、新乳业 | 新希望乳业股份有限公司（原“新希望乳业控股有限公司”） |
| 四川乳业 | 四川新希望乳业有限公司 |
| 川乳阳平 | 四川新希望乳业有限公司洪雅阳平分公司 |
| 新华西 | 四川新华西乳业有限公司 |
| 成都鲜连锁 | 成都新希望新鲜超市连锁有限公司 |
| 昆明雪兰 | 昆明雪兰牛奶有限责任公司 |
| 昆明鲜连锁 | 昆明新希望新鲜连锁有限公司 |
| 云南蝶泉 | 云南新希望邓川蝶泉乳业有限公司 |
| 蝶泉销售 | 云南蝶泉乳业销售有限公司 |
| 昆明海子 | 昆明市海子乳业有限公司 |
| 七彩云 | 七彩云乳业有限公司 |
| 杭州双峰 | 杭州新希望双峰乳业有限公司 |
| 安徽白帝 | 安徽新希望白帝乳业有限公司 |
| 青岛琴牌 | 青岛新希望琴牌乳业有限公司 |
| 河北天香 | 河北新希望天香乳业有限公司 |
| 天香连锁 | 河北新希望天香商业连锁有限公司 |
| 山东唯品 | 山东绿源唯品乳业有限公司 |
| 山东牧业 | 山东唯品牧业有限公司 |
| 山东农业 | 山东绿源唯品农业高新技术有限公司 |
| 上海唯品 | 绿源唯品乳业（上海）有限公司 |
| 营养饮品 | 四川新希望营养饮品有限公司 |
| 苏州双喜 | 新希望双喜乳业（苏州）有限公司 |
| 湖南南山 | 湖南新希望南山液态乳业有限公司 |
| 湖南采鲜 | 湖南采鲜乳品商贸有限公司 |
| 西昌三牧 | 西昌新希望三牧乳业有限公司 |

| 释义项 | 释义内容 |
|-------|--------------------------------|
| 新希望牧业 | 新希望生态牧业有限公司 |
| 奶牛养殖 | 四川新希望奶牛养殖有限公司 |
| 华西牧业 | 四川新希望华西牧业有限公司 |
| 建德牧业 | 建德新希望牧业有限公司 |
| 云雪牧业 | 云南新希望雪兰牧业科技有限公司 |
| 双峰牧业 | 广德新希望双峰生态牧业有限公司 |
| 陆良养殖 | 陆良新希望雪兰奶牛养殖有限公司 |
| 蝶泉牧业 | 云南新希望蝶泉牧业有限公司 |
| 吴忠牧业 | 吴忠新希望牧业有限公司 |
| 石林牧业 | 石林新希望雪兰牧业有限公司 |
| 永昌牧业 | 永昌新希望农牧业有限公司 |
| 海原牧业 | 海原县新希望生物科技有限公司（已于2026年1月22日注销） |
| 海原科技 | 海原县新希望生物科技有限公司 |
| 塞上牧业 | 宁夏新希望塞上牧业有限公司 |
| 新澳乳业 | 福建新希望澳牛乳业有限公司 |
| 福州澳牛 | 福州新希望澳牛乳业有限公司 |
| 寰美乳业 | 宁夏寰美乳业发展有限公司 |
| 夏进乳业 | 宁夏夏进乳业集团股份有限公司 |
| 贺兰山牧业 | 宁夏新希望贺兰山牧业有限公司 |
| 昊尔乳品 | 宁夏夏进昊尔乳品有限公司 |
| 广东乳业 | 新希望乳业（广东）有限公司 |
| 新希望集团 | 新希望集团有限公司 |
| 股东大会 | 新希望乳业股份有限公司股东大会 |
| 董事会 | 新希望乳业股份有限公司董事会 |
| 监事会 | 新希望乳业股份有限公司监事会 |

| 释义项 | 释义内容 |
|------------------|--|
| 公司章程 | 新希望乳业股份有限公司章程 |
| 证监会、中国证监会 | 中国证券监督管理委员会 |
| 财政部 | 中华人民共和国财政部 |
| 元 | 人民币元 |
| 报告期 | 2025年1月1日至2025年12月31日 |
| 公司法 | 《中华人民共和国公司法》 |
| 证券法 | 《中华人民共和国证券法》 |
| 原料奶、原奶、生鲜乳 | 挤奶之后所收集的未经杀菌消毒的生鲜乳，包括牛奶、水牛奶、山羊奶、绵羊奶等 |
| 液体乳、液态奶 | 属于乳制品的一类，包括巴氏杀菌奶、灭菌奶、调制奶、发酵奶等 |
| 牛乳、牛奶 | 乳牛在产犊后乳腺分泌出的一种具有胶体特性的生物学液体，含犊牛生长所需的各种营养成分和保护犊牛免受感染的抗体 |
| 乳饮料 | 以乳或乳制品为原料，加入水及适量辅料经配置或发酵而成的饮料制品。还可称为乳（奶）饮料、乳（奶）饮品 |
| 巴氏杀菌 | 将牛乳加热到沸点以下的温度，以全部杀死致病菌及大幅度杀死微生物、延长货架期为目的的杀菌方式，有不同的温度时间组合，通常分为低温长时间或经高温短时间的处理方式 |
| 发酵 | 借助微生物在有氧或无氧条件下的生命活动来制备微生物菌体本身，或者直接代谢产物或次级代谢产物的过程 |
| 冷链 | 某些食品原料、经过加工的食品或半成品、特殊的生物制品和药品在经过收购、加工、灭菌、灭活后，在产品加工、贮藏、运输、分销和零售、使用过程中，其各个环节始终处于产品所必需的特定低温环境下，减少损耗，防止污染和变质，以保证产品食品安全、生物安全、药品安全的特殊供应链系统 |
| 良好农业规范（GAP）认证 | 一种适用方法和体系，通过经济的、环境的和社会的可持续发展措施，来保障食品安全和食品质量 |
| 良好生产规范（GMP）认证 | 一套适用于制药、食品等行业的强制性标准，要求企业从原料、人员、设施设备、生产过程、包装运输、质量控制等方面按国家有关法规达到卫生质量要求 |
| 关键控制点（HACCP）体系认证 | Hazard Analysis and Critical Control Point 的英文缩写，是一种控制食品安全危害的预防性体系，用来使食品安全危害风险降低到最小或可接受的水平 |