



三元食品 2022 年社会责任报告

走进三元

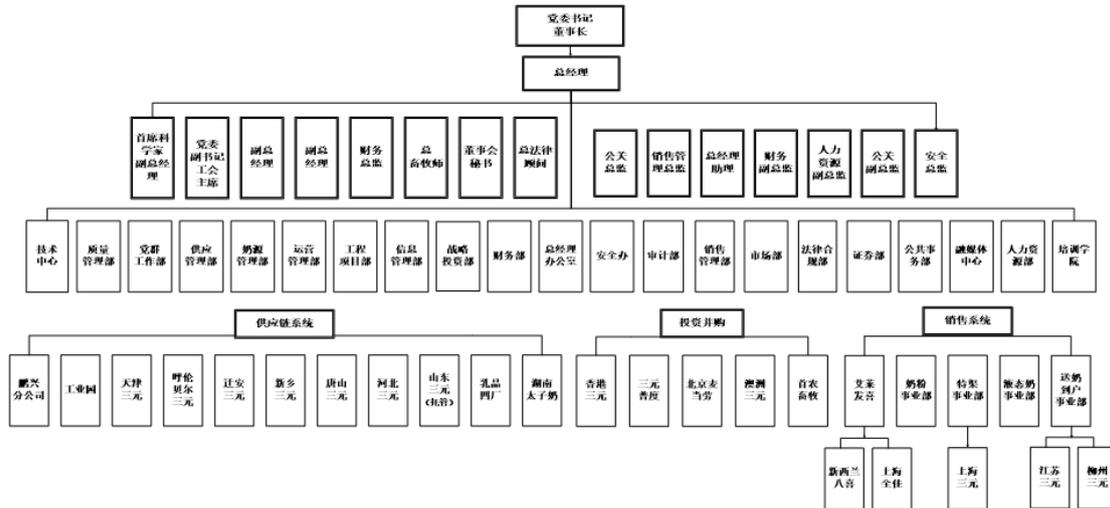
（一）企业简介

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 21 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诚信为本、质量立市、创新领“鲜”的价值观，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。

(二) 组织架构



(三) 企业文化

1. 家文化

三元食品倡导“以企为家”，构建以和谐为基础、以忠诚来维系、具有凝聚力和协调性的企业大家庭，用心做企业，真心待员工，爱心对家庭。

三元食品要营造“撸起袖子加油干、一心一意谋发展”的良好氛围，引导广大干部员工从思想到行动讲付出、比奉献，聚精会神为公司发展稳定大局服务。只有真正认同企业“家文化”，员工才会表现出对他人的关心、对工作的责任心、对事业的倾心、以及解决问题的耐心和恒心，才能将企业的规章制度变成自己的自觉行动，为实现个人价值和企业发展愿景而不断努力，秉承“有爱、有缘、有三元”，共同建设有温度的企业。

2. 干事文化

三元食品倡导“干事文化”，贯彻“事前-计划、事中-执行、事后-评价”的机制，打造一支“想干事、能干事、干成事”的中坚力量。

三元食品不断鼓励员工提高自身素质，掌握能干事的本领，懂得能干事的方法，注重员工培养；给想干事的人提供干事条件，搭建干事的平台，对他们信任和理解，充分发挥他们的聪明才智，建立容错纠错机制，激励干部职工担当作为，积极营造鼓励创新创业创造、干事担当作为的良好氛围；在实际工作中，坚持“计划阶段追求完美，执行阶段追求效率，评价阶段追求公正”的干事原则，切实解放包袱，以企业干事文化推动、引领企业经济效益提升。

（四）战略布局

三元食品立足北京，依托京津冀，完善全国布局，实现海内外双运营。

奶源方面，公司在全国有 30 个奶牛养殖场，位于京津冀、东北、华东及西南地区。生产加工方面，公司深耕华北，布局全国 14 个生产加工基地。

另外，公司在新西兰、加拿大、法国拥有 3 个海外基地，更好地利用全球资源，。

—— 奶源基地布局

首农畜牧30个奶牛养殖场



—— 深耕华北 布局全国

全国14个生产加工基地



—— 全球资源 品类补充

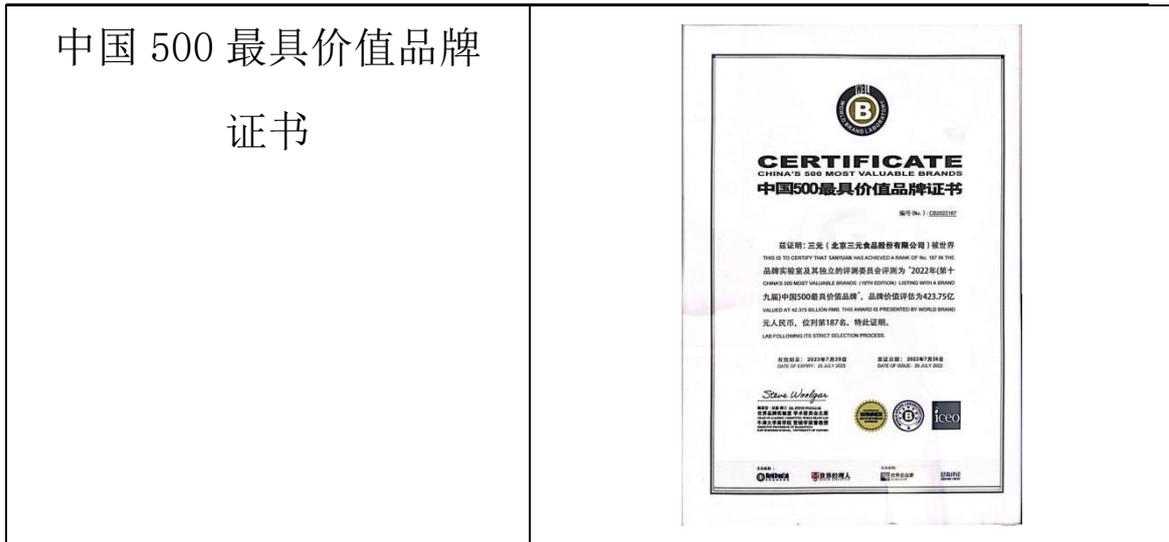
新西兰、加拿大、法国3个海外基地



(五) 责任荣誉

获得奖项	荣誉证书
消费市场行业影响力品牌	
年度科技创新优秀案例	

<p>第二十届中国食品安全大会社会责任企业</p>	
<p>企业“责任产品奖”</p>	
<p>2022 年农业品牌创新发展典型案例</p>	
<p>2022 年凤凰公益盛典特别贡献奖</p>	



一、匠造卓越品质

（一）坚守品质，引领新鲜

1. 完善食品安全管理组织结构

三元食品积极践行、落实完善食品安全主体责任体系，成立食品安全管理委员会和专家团队，完善了食品安全管控组织架构，加强食品安全制度和专家队伍建设。创建了基于风险分析和全产业链的质量安全标准化管理体系，完善《食品安全管理办法》，不断强化“源头严管+过程严控+结果快检”专业化管控措施，通过科技创新提升质量安全管控水平，积极培育食品质量安全文化，守牢食品质量安全“生命线”。

2. 强化奶源安全

奶源质量是关乎到产品质量安全的第一关口。三元食品对此高度重视：首先确定奶源质量控制与管理“确保产

品安全原则、统一检测标准原则、第一责任人原则、验收负责制原则、管理负责制原则和多级监管”六项原则。其次明确公司奶源管理部和奶源使用单位、质量管理部在奶源质量检测、走访、质量查访和管理监督等方面的职责。第三，改变计价机制，逐步提高生鲜乳质量标准的要求，并加强生鲜乳质量管理过程的考核力度，达到从生鲜乳源头到产出整个过程的全面质量管控。

三元食品从生鲜乳供应商入选标准的实施、生鲜乳验收标准与检测方法的完善、生鲜乳质量安全追溯体系的设计等方面进行系统策划，实现全面质量管理，坚持过程与结果双达标，实现奶源质量管理过程向重生产重预防的方向转变，尽早实现公司产品的质量安全追溯体系的全面建立。

在实施奶源质量管理中，三元食品重点在生鲜乳的来源、生产、贮存和运输方面等实施过程监控管理，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，提高生鲜乳的验收合格率，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安全系数。

执行生鲜乳试饮制度与安全留样制度，生鲜乳在验收合格后，由生鲜乳质量安全员和工厂的检测人员共同对生鲜乳进行试饮，同时，取样封存致该生鲜乳所加工的产品过保质期，该样品即为“安全样”，必须有生鲜乳质量安全员和工厂的取样人员共同签字。

3. 严控产品质量

（1）源头严管

事前审核：严把供应商产品质量，每年对新增和合格供应商开展质量评价工作，并建有专业《评审专家库》，依据《供应商文件准入评价标准》与《供应商现场评价标准》对供应商开展文件准入、现场评价和业绩评价，拉动供应商自主改进。

年度审核：针对质量安全风险较高的原辅材料以及婴幼儿配方奶粉用原辅材料，制定年度供应商审核计划，及时掌握前端的原辅材料质量安全状况。

动态评价：针对供应商到货及时率、产品质量安全、投诉处理等指标，对所有原辅材料开展动态评价工作。

（2）过程严控

全覆盖在线监控：采用交叉全覆盖管理方式，对工艺参数、人员状态、生产环境、设备设施、物料使用等实施监控，品控员和工段长错时对各工序控制点进行巡检；通过在线监测，积极采取预防和改进措施，有效降低质量风险；建立全程网络监控系统，在各关键控制点增加网络高清摄像头，确保全天候加工过程始终处于受控状态。

红线预警响应机制：当工艺参数或在线检测指标超出红线范围，立即预警，并采取有效行动，在不合格前及时做出

调整，保证产品质量的同时追求品质稳定。

持续提升加工过程标准化管控：根据乳品加工过程中涉及的人、机、料、法、环、测以及辅助设施等主要内容，建立了完善的常温液体乳、低温液体乳、婴配粉等产品的统一的质量标准化管控手册，实现了生产管理标准化、作业现场标准化、操作过程标准化。

执行生产加工现场审核管理制度：制定加工厂现场审核标准，每年对各加工厂定期进行审核，对重点加工厂实行突击检查。通过横向审核、纵向审计、随机和定期检查相结合方式，形成工厂检查覆盖网络，全方位把控和引导各加工厂质量管理方向，提高其质量管理水平。

（3）结果快检

四重检测严保安全：拥有通过国家 CNAS 认证的实验室，执行“企业批批自检、行业检测、国家抽检、国内权威第三方检测”的安全检测四重关，把握产品最后一道关口。执行原辅材料验收、成品出厂均执行批批检测，对重点工序和重点环节的半成品进行全面质量检验。原料奶、原辅料、包材、成品均执行批批留样。对成品执行内部与外部检测相结合的形式检测，产品检测内控标准远高于国家标准。

4. 严防食品安全风险

（1）食品安全风险信息收集与识别

组织全产业链排查、收集所辖范围内食品安全风险信息，

并组织专家开展食品安全风险信息的识别，建立了覆盖全产业链 11 个管控环节、97 项风险指标的食品安全风险数据库，根据年度更新、评估情况进行动态调整。

（2）食品安全风险评估

利用风险矩阵法，对已识别的食品安全风险的发生可能性及后果严重性进行量化综合评价，完成了生乳生产过程、原辅材料管理、乳品加工储运等乳品产业链的食品安全风险评估，确定食品安全风险等级，制定针对性管控措施，实现食品安全风险的精准防控。

（3）实施日管控、周排查、月调度机制

针对养殖、加工、物流储运、销售环节，完善乳品全产业链食品安全风险管控清单，建立了日管控、周排查、月调度工作制度和信息化报送系统，完成了每日食品安全检查记录、每周排查治理报告、每月调度会议纪要等在线管控。

（4）食品安全风险监测

根据国家食品安全监测计划、生鲜乳质量安全监测计划以及国内外社会关注的食品安全问题热点等信息，制定了年度食品安全风险监测计划，覆盖所有加工厂和所有产品品类，实时监控产品的食品安全风险。2022 年开展食品安全监督检测 464 个批次，产品质量合格率均为 100%，开展食品安全风险监测项目 151 项，抽检产品 1086 个批次，包括巴氏杀菌乳、发酵乳、调制乳、全脂乳粉、调制乳粉、婴儿配方乳粉、

较大婴儿和幼儿配方乳粉干酪、再制干酪、乳饮料以及原料乳、清粉和乳清蛋白粉等，产品合格率 100%。

5. 全程冷链运输

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

（1）建立健全冷链运输管理体系

基于国内外物流相关标准与规范，建立健全冷链运输管理体系，对冷链运输进行系统化、标准化和规范化管理，全面提升冷链运输服务质量。

（2）完善冷链配送网络

拥有完善的冷链配送网络，在全国多地建有专业冷藏库房，配备专业冷藏厢式货车，以高效、安全的方式为客户及时配送产品，并根据市场发展，及时调整、优化配送网络，提升产品新鲜度。

（3）全程冷链管控

对所有冷链配送车辆安装了定位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路线和温度变化情况，实现全程透明化管理。

6. 品尝三道关

为保证产品质量，三元食品对每批次产品均严格执行“品尝三道关”。第一道由牧场的生乳质量安全员、工厂收奶人员和检验人员进行原料奶品尝；第二道由生产线操作人

员、车间主管、工艺员等在生产过程中进行半成品品尝；第三道由品控人员和检验人员进行成品奶品尝，严格把控产品口感，确保为消费者提供安全、放心的乳制品。

7. 产品可追溯

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

8. 积极培育食品质量安全文化

三元食品坚守“70年，只为一杯好牛奶”的初心使命，将食品安全文化与企业文化相融合，坚持以检验检测为前提、以过程控制为中心、以风险预防为主体的食品质量安全文化，设置食品安全每周一讲、质量安全兴企有我、食品安全周、食品安全管理人员月度考试等系列培训与教育活动，强化质量安全意识，持续提升食品安全管理人员技能水平，传承发扬工匠精神，以“匠心”打造精益品质。

2022 年食品安全每周一讲：针对加工厂、事业部的质量安全管理和技术人员，结合食品安全风险评估结果，开展了 28 期，参加人员 738 人次；质量安全兴企有我：乳品全产业链质量管理及实践，乳制品加工过程质量安全管控等内容，参加人员 120 人次；全国食品安全周：“全链条食品安全合规风险预防 共建共治共享食品安全成果”主题宣讲活动，邀请内部食品安全管控专家、行业权威专家 12 名，活动 5 天，参与人数 1100 人次，分享奶源发展趋势、嗜冷菌风险管控、食品接触材料安全和可持续、加工过程管控、物流储运管理、终端环节管理等行业热点。

（二）科学营养，守护健康

1. 多元健康乳品

坚持乳品创新升级，满足消费者多元化需求。2022 年推出创新产品 27 款，其中包括满足不同群体需求的爱益系列学生、儿童、中老年奶粉，满足消费者对体重控制、营养美味健康需求的 0 蔗糖简卡系列风味酸乳，经典传承的特色凝固型宫廷酪乳风味酸乳等，以临床循证评价产品功效，赋能产品创新升级，更好满足多元细分消费需求。

2. 营养健康研究

深耕中国母乳研究，助力营养健康。持续、深入、系统丰富中国母乳数据库，挖掘母婴益生菌资源、利用体外细胞、动物实验、临床队列等研究，解析母乳低聚糖、母婴益生菌等母乳组分功效机制；夯实母乳研究基础，创新“全生命周期、全人群”个性化营养健康解决方案，提升国人营养健康。

（三）创新驱动，赋能发展

1. 强化创新管理

强化创新管理体系，引领行业高质量发展。2022 年三元食品持续围绕“应用基础研究-工业技术开发-临床医学循证-产业示范引领”研发模式、创新乳品功效评价技术体系和乳品安全风险防控技术等，围绕“政府引导、企业主体、产学研合作、产业链协同”科技创新模式，强化创新管理体系；配合国家市场监督管理总局、国家食品安全风险评估中心、中国食品发酵研究院、中国标准化委员会、中国食品科学技术学会、中国营养保健协会、中国乳制品工业协会等机构参加标准会议和反馈乳制品及相关标准意见合计 114 次，参与外部标准制定项目合计 23 项。

三元食品 2022 年科技创新奖项

成果名称	获得奖项
基于多组学的母婴乳品健康关键技术研究与应用	中国食品工业协会科学技术一等奖
基于肠道菌群调控技术的功能性乳制品开发与产业化应用	中国食品工业协会科学技术一等奖

母婴乳品创制关键技术研究与应用	中国食品科学技术学会科学技术奖一等奖
减脂乳制品风味提升关键技术与产业化	中国商业联合会科技进步奖特等奖

2. 科研队伍建设

持续不断加强科研队伍建设，提升科技创新能力。三元食品不断完善科技人才培养和激励机制，制定人才管理项目制度，激发科研人才工作热情，加快自主创新能力。截至 2022 年底，三元食品科研队伍中拥有高级职称 20 人、中级职称 9 人，博士 9 人、硕士 26 人。

3. 提升创新能力

持续不断强化自主创新能力，夯实科研技术实力。依托国家重点专项、国家自然科学基金项目、首农食品集团科技课题等 8 个在研项目，持续完善母乳数据库、建立 A2 奶源和早产儿配方奶粉等产品的评价技术体系、创新了低聚糖与益生菌等新型配料制备技术；相关研究成果经中国食品科学技术学会组织的 10 位院士和专家评价为“国际领先”水平，获中国食品科学技术学会科技进步一等奖、中国食品工业协会科技进步一等奖等 4 项；获批国家自然科学基金等课题项目 7 项，发表 SCI 文章 17 篇；申请中国发明专利 17 件、PCT 专利 3 件、进入国家专利 4 件，授权国内、国际发明专利 10 项。

（四）塑强品牌，提升价值

1. 加强品牌推介

作为中国乳业发展史的先行者、实践者和见证者，三元食品始终秉持“质量立市、诚信为本”的经营理念，70 年如一日，坚守首都品质，让“新鲜高品质”的产品走进千家万户，不仅为国民营养健康提供了重要保障，也铸就了三元食品品牌的硬实力。与此同时，三元食品紧跟时代发展，实力加持，立足研发，抓住新时代消费升级整体趋势，细分品类升级功能，推出爆款新品，铸造高品质，领先更领“鲜”，多维打造更具高度、广度和厚度的母子品牌，不断提升品牌价值。

三元食品持续与央广深度战略合作，通过国家优质媒体平台与国家优质乳企的强强联合，放大品牌传播声量。

2. 创新品牌营销

三元食品聚焦“三元”母品牌和“极致”“爱力优”等子品牌的品牌建设，以科技为背书，产品为抓手，配合多种营销手段，不断增强品牌力量，提升品牌价值。

“三元”母品牌持续新鲜战略，强化领“鲜”科技新鲜占位，以三元 72℃ 鲜牛乳新形象强势开局，以公司特有的 72℃ 超低温杀菌技术为基础，开启“科技+明星”双代言新

模式，全平台曝光量上亿次，全网引爆“三元红”。深度诠释“更低杀菌温度，更高活性营养”的“新鲜”内涵，焕新升级三元 72℃ 鲜牛乳，持续夯实母品牌领“鲜”定位。

“极致”高端子品牌，升级极致 A2 系列产品，全新上市极致 1+1 原生双蛋白牛奶，用差异化高端产品不断提升旗舰产品厚度，携手代言人通过人民网走进工厂，“团圆时刻，就要极致”主题沙龙、“春节时刻，礼应极致”春促整合营销等多种形式，彰显企业品质实力，线上线下联动开展多波段全链路整合营销，拓展品牌影响广度；

奶粉高端子品牌“爱力优”，启用代言人并依靠国家母婴乳品健康工程技术研究中心科研成果为基础，阐述爱力优奶粉专利配方优势，打造系列化优质内容，借助央广全国媒体提升品牌公信力，通过整合智能化及互联网等数字化媒体与自媒体平台，精准触达定向人群，发力 CRM 会员营销，举办“妈妈年终奖”会员节点活动，沉淀全生命周期消费者数据资产。

二、引领绿色未来

（一）安全生产，筑牢防线

1. 安全生产管理

2022 年，三元食品深入贯彻学习宣传习近平总书记关于安全生产的一系列重要论述和指示精神，始终围绕着“人民

至上、生命至上”的安全发展理念，贯彻落实国务院安委会“十五条”安全生产措施。积极构建安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防机制，明确安全目标，全面落实全员安全生产责任制，有效防范和减少各类生产安全事故的发生，确保公司安全生产形势持续稳定向好。

2022 年，三元食品系统内签订安全生产责任书 1081 份，针对特殊岗位、重点时期签订交通、消防、治安等各类专项安全生产责任书 2462 份，进一步压紧压实安全生产责任，真正做到了目标明确、责任到人、相互制约、互为保障，确保三元食品安全责任“横到边、纵到底、全覆盖”用实际举措促进了全员安全生产责任制的落实。

持续推进安全生产标准化建设工作，进一步提升三元食品安全管理标准化、规范化、系统化水平，2022 年三元食品系统内 2 家单位被评为 2022 年北京市安全文化建设示范企业。

全面推进开展隐患排查治理体系建设，进一步提升三元食品安全管理规范化、信息化水平。2022 年，三元食品系统内共 11 家单位完成隐患排查治理信息系统建设，开展隐患排查 1170 次，消除各类安全隐患 1568 处，有效遏制了安全生产事故的发生。

2. 安全生产培训

2022 年，三元食品结合工作实际，提前谋划、精心组织、周密部署，深入开展“应急宣传进万家”“安全生产月”“119 消防宣传月活动”“112 全国交通安全宣传日”等主题活动，并组织开展了“安康杯”、安全隐患“随手拍”和安全宣传“创意短视频”等趣味活动。通过采取多样化形式，三元食品将安全宣传教育融入全年日常管理中，深入学习安全知识，提升全员安全意识，促进三元食品安全水平稳步提升。全年公司系统共开展各类安全培训 335 场次，参加培训员工达 15528 人次，通过采取多样化形式，全方位进行安全宣传教育，进一步加强全员安全责任意识。

3. 安全生产应急

三元食品高度重视安全生产应急救援相关工作，持续完善应急预案和现场处置方案，定期组织开展应急演练和培训工作，提升员工自救、互救和应急处置能力。2022 年，公司系统组织开展消防、交通、防汛、危险化学品、有限空间、特种作业、人员疏散等各类专项应急演练 277 场次，参练员工 4798 人次。通过各类演练，有效验证应急预案和现场处置方案的实效性，提升员工应急响应、应急处理和自救互救的能力，对提高应急管理水平和增强全员安全意识起到重要作用。

（二）环保管理，强化保障

1. 环境管理体系

三元食品为预防和控制环境污染，减少环境污染物的排放，三元食品严格遵守国家环境法律法规要求，持续改进公司的环境行为，加强公司环境保护管理，不断提高公司环境管理能力，发现问题及时汇报和处置，保证各项污染物达标排放，做到守法经营。制定《北京三元食品股份有限公司环境保护管理办法》，建立了环境管理体系，确保公司环境管理符合国家和地方的最新要求。

《北京三元食品股份有限公司环境保护管理办法》明确了环境管理的组织机构、职责，确定了公司环保第一负责人。三元食品为加强废气污染物的监督机制，规定了能源消耗、大气污染、废水、固废、危险化学品管理、工程建设、噪声、油品、特种设备等领域的环境管理控制程序。同时，三元食品制定了环境事故的责任追究处罚条款，对违反环保相关法律法规和管理办法的突发环境事件，公司将会依法处理。

三元食品所属各单位严格遵守并执行此办法，加强环境保护治理，每年对环境有影响的老旧生产设备进行升级改造，减少污染物排放，通过多年的治理，环境状况得到了很大提升，各项污染物排放均达到排放标准。

2. 环境应急管理

三元食品建立健全环境污染突发事件应急机制，提高公司及下属各单位应对工作和生产中的环境污染突发事件的能力，有效预防、及时控制和迅速消除事件的危害，保证生产经营顺利进行，根据国家有关规定，结合公司及下属各单位实际情况，制定了环境污染突发事件应急预案。

环境应急预案工作原则是坚持以人为本，预防为主。加强对环境事故危险源的监测、监控并实施监督管理，建立环境事故风险防范体系，积极预防、及时控制、消除隐患，提高突发性环境污染事故防范和处理能力，尽可能地避免或减少突发环境污染事故的发生，消除或减轻环境污染事故造成的中长期影响，最大程度地保障公众健康，保护人民群众生命财产安全及公司生产经营正常进行。坚持统一领导，分类管理，分级响应。接受政府环保部门的指导，使公司的突发性环境污染事故应急系统成为区域系统的有机组成部分。加强公司和下属单位及各部门之间协同与合作，提高快速反应能力。针对不同污染源所造成的环境污染的特点，实行分类管理，充分发挥公司各部门专业优势，使采取的措施与突发环境污染事故造成的危害范围和社会影响相适应。形成统一指挥、属地负责、专常兼备、反应灵敏、上下联动、平战结合的应急管理体制，完善应急管理工作机制，充分利用现有

资源。积极做好应对突发性环境污染事故的思想准备、物资准备、技术准备、工作准备，加强应急培训演练，使应急系统做到常备不懈，在应急时快速有效，提高快速反应能力。突发性环境事件发生时，公司及下属各单位应本着“自救为主、外援为辅，统一指挥、高效协调”的原则，广泛宣传，增强员工的环境安全意识；针对性开展风险源调查工作，提高环境风险防范能力；加强对突发环境事件风险源的日常监督管理，强化、落实公司环境安全主体责任，提高突发环境事件的防范和处置能力，加强整改、努力消除环境安全隐患。力争做到“早预防、早发现、早报告、早处置”，尽可能地避免或减少突发环境事件的发生，消除或减轻突发环境事件造成的影响。

公司所属各单位每年进行对危险化学品、氨泄漏等影响安全、环境进行 应急演练，通过演练对突发环境事故加以早期控制，减少对环境的影响。



3. 环保宣传教育

环境保护是我国一项基本国策，环境宣传教育是普及环境保护基本国策的基础性工作，加强环境保护宣传教育工作

是实现可持续发展战略的基础。为贯彻落实《国务院关于环境保护若干问题的决定》《全国环境宣传教育行动纲要》等规定，提高全社会环境保护意识，实现环境宣教工作为改善环境质量服务的工作目标。根据《中华人民共和国环境保护法》规定，加强环保宣传，工作重点围绕生态建设，借助公司各类媒体面向社会、公司各单位、多层次多地宣传，通过开展绿色企业创绿活动，倡导绿色文明的生产、生活方式和环境价值观念，着力抓好污染减排、污染治理、环保能力建设等中心工作，加强环境保护宣传，公司各单位每年要进行安全、环境保护工作培训，加强提高广大职工环保意识，通过宣传教育引导职工参与发挥公众力量，献计献策保护环境，努力形成政府主导、公司多单位、多部门合作、全民参与宣传环保的宣教大格局。

（三）绿色运营，助力“双碳”

1. 发展循环经济

循环经济是一种以能源的清洁开发与高效利用为基础，以低能耗、低碳排放为基本经济的发展模式。其目的是顺应可持续发展理念和控制温室效应，其核心是能源技术和减排技术创新。第一，三元食品高度重视大力发展循环经济实施，公司所属各单位积极配合；第二，三元食品各单位按照“资源化、在利用、减量化”的原则，实施了一批循环经济项目；

第三，三元食品按照“抓大限小”的原则，积极实施资源整合，加快了落后产能淘汰力度调整生产工艺。

三元食品正逐步淘汰落后设备，工业园区全部使用低碳节能设备和先进的生产工艺，经过节能诊断，能源、资源消耗跟同行业比较能源消耗是领先的。改造锅炉使用低氮燃气锅炉，减少氮氧化物排放，生产清洗用水在利用，酸碱回收，冷凝水回收、余热回收、中水再利用、光伏发电、能源管理项目推进等一系列项目，使公司在循环经济发展取得成效。还有积极引进先进节能环保技术，减低能源消耗，减少废物排放，实现水的循环利用，实现循环发展。



2. 节能减排降碳

三元食品和所属加工单位制定了能源管理制度，制定环境、能源考核目标对水、电、蒸汽生产单耗进行考核，建立了能源管理体系，加强能源管控，减少污染物排放；能源消

耗总量下降，每年按照生态环境局要求进行碳排放审核，碳排放总量逐年下降。

近年，三元食品开展更换高耗能电机、变压器、低氮燃烧器、燃气锅炉更换电加热锅炉、余热回收、冷凝水回收、节水改造、太阳能发电等节能改造，生产车间及厂房灯具全部换成 LED 灯，能源消耗逐年下降。



3. 建设绿色园区

三元食品正逐步统筹推进绿色产品、绿色工厂、绿色园区和绿色供应链全面发展, 加快节能降耗、清洁生产、资源综合利用和循环经济等重点建设, 全力打造高效、清洁、低碳、循环的绿色制造体系, 建立科普教育基地等。

园区近几年完成地方政府下达的节能减排指标情况，碳排放强度持续下降情况，淘汰国家列入淘汰目录的落后生产技术、工艺和设备，园区建设太阳能等可再生能源应用设施情况，园区能源监测管理平台建设，能源利用诊断，管理体系认证、水平衡测试、工业固废资源综合利用。

三元食品在厂区增加植树种类、改造绿化带、清理周边各类垃圾、中水回用、建立光伏发电系统。



4. 推广绿色物流

(1) 绿色仓储

三元食品树立绿色仓储理念，在仓储管理中将绿色标准作为运营目标，通过仓储自动化、机械化、智能化建设，提升仓储运营能力；仓库选址合理布局，有效提升库区辐射区

域，缩短搬运距离，减少搬运环节；合理安排岗位人员，有效利用操作时间，提高仓库运作效率；减少照明时间，合理利用通风设备，节能减排，降低仓储成本。

（2）绿色运输

三元食品积极采取多种措施推进绿色运输，推进配送重叠区域进行共同配送，提高车辆的满载率，最大限度提高人员、货物、资金、时间等资源的利用效率；大力发展第三方物流，简化物流环节，优化配送路线和时间，减轻交通拥挤，推动新能源车辆使用，减少车辆对城市环境的污染。

（四）爱护环境，保护生态

1. 倡导绿色办公

三元食品倡导绿色办公特制定节能降碳行为规范，加强节能降碳工作，结合实际情况减少能源资源使用及浪费，三元食品工作人员必须认真贯彻落实节约资源的基本国策，积极宣传引导家人和朋友养成爱惜资源、节约能源的良好习惯。

（1）行为规范规定办公、生产照明、空调、打印机、办公用品、的使用要求。

（2）严格控制办公及生产办公用电及其他资源消耗。严格控制用电负荷，努力减少用电时间。非特殊情况工作日减少使用空调，严格执行室内空调温度夏天不低于 26℃，冬天不高于 26℃ 的规定，要保证人在空调开，人离空调关。

办公、生产照明杜绝长明灯、除生产所需照明除外，办公、会议室、走廊白天不开灯，因阴天下雨、下雪及其他原因可间隔开灯，践行能源节约理念。

节约每一度电。下班后随手关灯，随手关闭电脑及显示器，电器在不使用情况时关掉电源，避免长时间处于待机耗能状态。

生产区和生活区的电力一、二级计量每天由本单位能源管理部门负责抄录、汇总后，向财务部门、生产相关部门进行报送，并进行分析。

坚持计划用电、安全用电、服从电网调度，加强用电管理，做到经济运行。

节约用水。及时关闭水龙头（采用节水型），杜绝长流水现象，每天检查冬季供暖跑冒滴漏现象发生。

节约办公用品。双面使用纸张，提倡无纸化办公，在条件允许情况下实行公文报送网上传输。尽量减少一次性纸杯的使用。

公司打印机、复印机和传真机则是办公室中的资源使用大户。正逐步淘汰单面打印设备，启用“自动双面打印”则是目前节约纸张使用数量的最新技术，可自动实现文档的双面打印。

2. 开展环保公益

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

三、携手伙伴共赢

（一）回馈股东，深化沟通

1. 投资者沟通

三元食品的发展离不开投资者的参与和支持，公司在日常工作中深入研究投资者关切的问题，高度重视与投资者的沟通，将相关诉求转化为公司可持续发展的行动目标和方案，切实加强自身建设，通过多种渠道和途径向投资者传播公司责任理念及履责动态，努力满足投资者合理期望与诉求。同时，公司积极回报投资者，与投资者共享公司成长收益，2017 年度至 2022 年度累计现金分红 2 亿元。

2. 信息披露

三元食品建立以《信息披露管理办法》《年报信息披露重大差错责任追究办法》《重大信息内部报告管理办法》《外部信息报送和使用管理办法》等制度为主要框架的信息披露

体系。2022 年，公司公开发布定期报告 4 个，包含 2021 年年度报告、2022 年一季度报告、2022 年半年度报告及 2022 年三季度报告；发布临时公告共计 87 个，公开披露其他文件 65 个，高质量履行及时、真实、准确、完整的信息披露义务。

（二）服务客户，提升体验

1. 完善服务体系

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

2. 提升服务体验

（1）优化售后服务

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

（2）拓展产品渠道

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

（3）加强客户沟通

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

（4）提升客户满意度

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

（三）阳光采购，带动履责

1. 供应商管理

三元食品制定规范的供应商管理办法和完善的物资采购流程，持续规范供应商行为，提高供应商质量水平，推进责任采购工作。

供应商准入。开展市场调查和供应商信息收集等工作，筛选出在资质、产品价格、生产能力、技术、质量保证、供货能力、财务等各方面均符合要求的供应商。

供应商公开招标入库，遵循“客观、公正、审慎”原则，促进供应商的竞争意识，有效达到控制成本为目的。

编制供应商资质认定标准，对供应商进行调查和质量安全评价，核定供应商资格。

供应商管理。开展规范供应商资质及管理资料的收集、整理、分类、更新、保管等工作，提高供应商管理水平。保持与供应商沟通，向供应商宣贯公司的价值观和发展定位，突出供应商与三元公司的全面合作关系。

由于交通物流不畅，公司开通“先款后票”的申请通道，帮助供应商解决资金回笼的燃眉之急。

建立供应商资源共享机制，搭建日配供应商上报平台，建立供应商每日报告制，物流共享机制、车辆共享机制、司机共享机制、装卸工共享机制、库房共享机制等措施，得到各供应商的支持，保障了公司的物资供应。

新增进口供应商布局，引进不同地区不同品牌的进口原

料，保障供货稳定并增加供应商之间的竞争力。

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

2. 带动供应商成长

建立战略供应商体系及规划供应商布局。公司首次引入战略供应商的概念，与供应商形成更深层次的合作，“十四五”期间培养更多的战略供应商，深度协同，共创价值。

（四）行业交流，合作共进

1. 开展战略合作

经充分协商及首农食品集团批准，三元食品出资参股内蒙古国家乳业技术创新中心有限责任公司。三元食品通过参股该运营公司，将更多更早地接触科技部有关乳制品研究课题的相关信息，及促进科研成果转化，助力实现中国乳业的大联合、大协作。

2. 参与行业交流

三元食品参加第十三届中国奶业大会、2022 中国奶业 20 强（D20）峰会暨 2022 中国奶业展览会三大行业会议。立足民族自信，以“铸就中国奶业民族自信之魂 行稳致远高

质量发展赶考之路”为主题，展现奶业在责任、战略、产业、文化、品牌方面的五大内涵。三元食品等中国奶业 20 强领军企业参加此次会议，共议中国奶业的未来新发展。

在 D20 峰会上，三元食品获得入选中国奶业协会《中国奶业数字化转型卓越案例集》。通过案例集的推广，深化行业对数字化转型的认知与共识，推介数字化转型发展的经验与方案。

三元食品将继续汇聚首都优势智库资源，聚焦发力奶牛育种、乳品安全与健康，持续加大科技投入与市场推广力度，推动我国乳品领域科技进步和相关产业的发展，推动产业转型升级，助力中国奶业提升国际竞争力，助力奶业振兴。

四、真情润泽万家

（一）以人为本，心系员工

1. 完善员工保障

三元食品严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，坚持多元化、平等原则，禁止使用童工、禁止强迫劳动。公司实行员工目标工资与年度绩效奖励、项目奖励及其他福利相结合的薪酬体系；制定以岗位价值为基础，以业绩贡献为激励依据，员工收入随企业经营结果不断提升的薪酬调整策略。结合市场行业和公司实际，不断优化薪酬及福利体系，提高薪酬的保障水平和竞

争力。保障员工休息休假权利，依法与员工签订劳动合同，为员工缴纳社会保险。2022 年公司员工总数 8491 人，劳动合同签订率 100%，社会保险参与率 100%，并提供企业年金、补充医疗等商业保险作为有益补充。

2. 助力职业提升

2022 年度公司共举办培训 1653 期，共计培训 50135 人次，合计培训天数 1417 天。

(1) 管理人才培养

麦当劳三角凳经营理念培训。公司邀请麦当劳高级管理人员开展麦当劳“三角凳”经营理念培训，公司各级管理人员及市场、销售等条线 87 人现场和 141 人线上参加，学习麦当劳成功经验，努力融入公司的各项管理实践。



(2) 技能人才培训

金牌班组培训。“优秀的企业看中层，卓越的企业看基

层”。实施这一期青年班组长训练营目的是提高青年班组长的管理能力与业务能力，培养一批深刻理解前沿管理理念、掌握科学管理方法、熟练运用现代管理工具、具备较高业务素质的优秀班组长。来自公司供应链系统各工厂及首农畜牧、艾莱发喜 73 名基层班组长参加，结合供应链系统精益生产管理的推进不断为基层赋能。

提升乳品加工水平培训。这次培训针对乳品加工与检验领域核心岗位对应的知识、能力、素质、技能内容，以国家乳制品生产及检验课程标准和行业标准为依据，并结合乳品加工企业生产需求而设计了相关培训内容，重点是培养员工乳品加工与检验的专业技能。培训内容包括：乳制品基础知识、质量安全管理、原料奶验收与成品检验、设备操作规程与维修保养、发酵剂制备与生产过程控制、瓶装奶包装与清洗等。



（3）专业技术培训

“与茶叶对话” “和咖啡碰撞”。三元食品各种奶基的

研究和推广需要更专业的人才。三元食品培训学院和商贸学校大师工作室共同合作举办了茶和咖啡培训。此次培训培养学员了解茶叶基础知识、饮茶健康、茶的感官评测、不同的牛奶对不同的茶的口感影响等。



(4) 培训推陈出新

“线上、线下、元宇宙”。培训学院一直探索各类新型的培训方式，开始设计引入“元宇宙”技术开展授课，并通过新员工培训逐步实施。2022 年新员工培训以及行政管理人员综合知识培训于 4 月中下旬全面展开，总部、在京各单位以及外埠企业近 300 多人参加培训，其中总部和北京工业园区范围内的各单位新员工现场参加，其他人员通过全时云会议模式参加，培训课程达到 13 门之多。

3. 做实人文关怀

(1) 以人为本，心系员工

2022 年，公司认真学习宣传贯彻党的二十大精神，坚持解放思想，持续转变观念，以党的坚强领导高效统筹，克服

困难，牢牢守住安全发展“生命线”，取得了可喜的成果。

三元食品党委坚持以职工为中心，持续构建四个“三位一体”职工服务体系，推进“大病医疗互助保险、爱心基金、春夏秋冬四季送”三位一体的职工生活保障服务体系，解决特殊时期员工因岗留宿问题，开展就地过年、工业园留宿人员、特供司机及安保人员的慰问，开展春节等传统节日、夏季送清凉慰问，结合“我为群众办实事”，做好困难职工送温暖帮扶工作。



（2）完善员工保障

三元食品扎实推动企业文化建设，“家文化”理念深入人心。结合业务特点，以“四位一体”新闻宣传平台构建，打造融媒体中心 and 各类文化活动，推动“家文化”“干事文化”理念深入人心。习近平总书记指出，“民心是最大的政治”，针对之前在解放思想大讨论中职工广泛反映的“北京工业园停车难”的问题，在 2022 年特殊时期，对施工人员进行闭环管理，历时三个月，圆满完成办公场所改造工程，

增加机动车车位 191 个，改善了花园环境，得到了员工的充分认可。



（3）展现员工新作为

三元食品作为首都国企，始终立足“四个中心”功能，不断提升“四个服务”水平，厚植“讲政治”的红色基因，走出了一条乳企发展的“北京模式”。在特殊时期的严峻考验下，三元食品上下毫不动摇地贯彻上级决策部署，全力以赴保供应保民生，形成各级党组织坚决承担主体责任，党、政、工、团高效协同、两级班子分兵把守、领导干部靠前指挥、党员团员下沉一线，动人、感人的工作局面，齐心协力筑起坚实屏障。



深入学习宣传贯彻党的二十大精神。2022 年，公司党委以迎接党的二十大为主线，围绕“十四五”规划，深入开展“喜迎二十大 党员建新功”主题教育月活动。“七一”前后，围绕“走好第一方阵 我为二十大作贡献”公司领导班子成员“走下去”到基层支部推动工作落实，并开展调研、讲党课。京内外 10 余家分子公司全体党员、积极分子、青年团员以及广大职工群众 1500 余人收听收看大会盛况。党的二十大代表丛慧敏同志为各级党组织作学习贯彻党的二十大精神宣讲报告，迅速兴起学习二十大、唱响主旋律的热潮。



三元食品广大党员干部职工坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，团结一心，积极主动适应经济发展新常态，

适应综合竞争新形势，坚定不移贯彻新发展理念，坚决端正发展观念、转变发展方式，统筹推进特殊时期防控和经济发展，做好保供应、拓市场、稳经济、促发展、防风险、强党建等各项工作，在改革发展中创新实践，在攻坚克难中砥砺前行，经济发展质量效益明显提升，实现“十四五”良好开局，充分展现了新时代广大党员的政治本色和三元食品职工的敬业风采，为进一步树立典型、表彰优秀，激励公司广大党员干部职工立足新时代，勇挑新担当，展现新作为，三元食品召开年度优秀共产党员、优秀党务工作者和先进基层党组织表彰大会。



（二）社会责任，彰显担当

在特殊时期，奶粉事业部得知上海部分地区的医院急缺婴幼儿配方奶粉时，三元奶粉联合复星基金会紧急驰援，克服重重困难，在高效的行动下，全程仅用了三个小时就将奶

粉送至医院，为宝爸宝妈们解除了后顾之忧，尽全力保障了宝宝们们的口粮。

同时，面对特殊时期老百姓居家买菜难的问题，向来定位“奶瓶子”的到户事业部，立刻化身“菜篮子”——与首农食品集下单位南郊农业生产经营管理有限责任公司红星集体农场开展合作，推出蔬菜组合产品及送菜上门服务，化解订户吃菜难题。

（三）投身公益，传递温暖

公司开展 2022 年元旦春节期间志愿服务关爱行动，党员主动下社区，下基层参加志愿服务活动。有的党员参加了街道冬奥志愿者守护岗活动，有的党员参加了社区扫雪去冰志愿服务。

在全国第 59 个“学雷锋纪念日”到来之际，为继承优良传统，弘扬雷锋精神，公司事业部与社区一同开展“弘扬雷锋精神 共建美好家园”主题活动。党员及员工代表组成志愿服务队同社区志愿者一同开展垃圾分类活动，通过简单的垃圾分类投放游戏，社区居民进一步加深对垃圾分类的认识，提高了垃圾分类意识，事业部党员协助民警开展全民反诈 App 推广活动。经过民警和党员们的细致讲解，居民们提高了对电信诈骗的警惕性，筑牢了网络安全的思想防线，营造健康安全网络氛围。

2022 年 6 月，启动“共产党员献爱心”捐款活动。事业部领导班子带头捐款，党员同志踊跃参加，所捐善款全部交至公司党委，本次捐款将主要用于医疗救助、慈善助学、慈善助老、帮扶生活困难党员等。

（四）关爱儿童，健康中国

三元食品肩负起社会责任，彰显国企担当，通过企业力量回报社会，传递健康理念。三元食品积极践行农业部发起的中国小康牛奶公益助学活动，为儿童的营养健康贡献自己的一份力量。三元学生奶“营养 1+1+1”公益活动，通过捐赠“一盒奶、一本书、一堂课”的方式，让孩子们切实感受到温暖。2022 年，该公益活动已惠及河北张家口市、承德市及海南省琼海市等地区。

五、聚力行稳致远

（一）完善治理，夯实基础

1. 公司治理架构

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

2022 年，三元食品共召开董事会会议 16 次、董事会专业委员会会议 8 次、监事会会议 8 次、股东大会 4 次。形成权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范、相互协调、相互制衡的完整议事、决策、授权、执行的公司治理体系。

2. 董事会建设

多年来，三元食品持续加强董事会建设，不断提高公司治理水平。三元食品董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，协助董事会开展相关工作。董事会设 3 名独立董事，公司独立董事始终认真履行职责，维护公司整体利益，特别是保护中小股东的合法权益不受损害。公司董事会通过对公司中长期发展战略、投融资、股权激励、关联交易、对外担保等重大事项进行事前管理，掌舵重大事项决策，指导公司在科学、健康、可持续发展的道路上不断前进。

（二）依法治理，合规经营

1. 守法合规体系

2022 年，三元食品以习近平法治思想和党的二十大精神为指导，坚持依法治企、合规经营共同推进，强化依法决策、依法经营、依法管理，进一步建立健全法律风险防范机制，

全面提升法治能力和水平，稳步推进合规管理工作，为三元食品高质量发展提供法治保障。

三元食品根据《合规管理试点工作方案》稳步、有序地推进合规管理工作。制定《合规管理办法》《合规行为准则》《合规管理手册》《境外合规管理工作方案》等合规管理相关制度、文件；建立完善合规风险库，将合规嵌入内控制度，建立合规咨询、合规举报及违规责任追究等保障机制；持续推进以食品安全为基石，以商业伙伴、境外业务、销售管理为重点领域的“1+3”合规管理工作。

2. 普法宣传与合规培训

2022 年，三元食品多次开展普法宣传与合规培训。组织法务、业务及合规管理人员积极参加北京市国资委、律协、集团公司等组织的各类相关培训，持续精进专业水平，提升全员法治、合规意识。

（三）强化管控，化解风险

三元食品制定 2022-2023 年度风险评估工作实施方案，组织开展年度风险评估，确定年度十大风险并制定风险应对措施，持续跟进落实情况，定期总结风险防控效果，不断提升风险管理水平。

1. 法律风险管控

三元食品严把法律审核关口，着力提升法律审核质量，

持续强化总法律顾问及法律事务专门机构的法律风险防控作用，法律审核 100%覆盖重要决策、规章制度及经济合同。加大案件管理力度，以风险防控为导向，“压存控增”，推动案件加快妥善处置；推动“以案促管、以管创效”，做到风险防控关口前移，全力维护三元食品资产安全。

2. 加强内审内控

三元食品持续完善内控体系，以“内控管理四体系、内控运营三保障、内控意识三提高”为工作方向，努力建立严格、规范、全面、有效的内控管理体系。2022 年，优化《内部控制管理办法》《风险评估管理办法》等公司内控管理制度，并发布实施。全面开展公司管理制度修订及汇编工作，编纂完成《管理制度汇编》。通过发布制度汇编完善公司制度体系，使公司经营管理工作有章可循、有序可依，推动公司全面、健康、可持续发展。



（四）反腐倡廉，风清气正

三元食品坚持不懈把全面从严治党向纵深推进。积极召开 2022 年全面从严治党（党建）工作会暨警示教育大会。围绕五个方面强调要高标准抓好全面从严治党工作，坚持不懈把全面从严治党向纵深推进：一是始终把党的政治建设摆在首位，压紧压实全面从严治党责任；二是着力提升党风廉政建设质量，为推动公司高质量发展营造良好环境；三是筑牢思想之堤，着力构建不想腐的自律机制；四是严格执纪审查，着力构建不能腐的体制机制；五是涵养政治生态，推进全面从严治党和全面从严治企深度融合。



2022 年三元食品安全生产、信访维稳和接诉即办工作成果显著。全面落实主体责任，深入开展专项整治，守住了不发生重大安全事故的底线，为党的二十大胜利召开营造了安全稳定的社会环境。