



浙江一鸣食品股份有限公司 2022年度社会责任报告

2023年4月27日



目录

第一部分：董事长致辞	1
第二部分：公司概况	2
第三部分：保护股东权益	4
第四部分：客户关系	5
第五部分：技术与创新	11
第六部分：为员工创造机会	16
第七部分：绿色环保	21
第八部分：公益事业与乡村振兴	26



坚定一份伟大的事业

——朱立科



我要向大家宣告一份伟大的事业，一份120年的事业。一鸣要成为中国一二三产融合发展，乡村振兴、共同富裕的平台领先型现代农业企业。这120年的事业，我们始终定位农业。我把这120年分为四个阶段：

第一个阶段：1980-2020年，40年；

第二个阶段：2021-2025年，5年；

2021年——2025年：五年规划，思考未来30年，实现奶吧数量6600家销售额超百亿；

第三阶段：2026年——2050年，25年；

布局全国，跟随建国100年的发展目标，我们一鸣始终定位在农业，始终扎根在农业产业化，我们是与这片土地共繁荣共成长的一家伟大企业，开始参与全球化竞争。

第四个阶段：2051-2100年，50年；参与全球化竞争，持续践行我们的使命，彻底赢得农业领域的尊重。

一鸣发展历史形成了企业核心竞争力：以标准化、流程化的方式提供让客户满意的产品和服务；及时提炼“标杆”的能力，并以标准化、流程化的方式，超越客户预期。一鸣未来发展需要不断强化核心竞争力。

要完成这份伟大事业，我们必须坚持三个基本原则：

1、坚守公司定位，汲取时代的力量。一鸣要成为中国一二三产融合发展、乡村振兴、共同富裕的领先型现代农业企业，这是时代的召唤，是与时代同步的必然选择。这个事业历经改革开放和建党百年，为员工成长和社会发展做出了贡献，我们要站在时代潮头，通过打造领先型现代农业企业，为中国实现全面现代化做出一鸣的贡献。

2、坚定现在的事业，汲取历史的力量。一鸣40年的发展，沉淀了企业的核心竞争力，我们要把这些核心优势提炼出来、继承下去，再通过创新铸造更强的核心竞争力。依靠核心竞争力，一鸣才能成为中国百年民营企业，参与全球竞争，助力中华民族伟大复兴。

3、立足今天的团队，汲取沉淀的力量。一鸣从无到有、从弱到强发展到今天，彰显了一鸣团队的力量和实力。我们要依托今天的团队，把团队的经验提炼出来、复制出去，通过学习和提升，打造有能力创造更高绩效的团队。

基于三个基本原则，我们要重新聚焦奶吧这个主业，奶吧就是一鸣，一鸣就是奶吧。奶吧是“1”，要把这个“1”做的又粗又壮。我们要把一鸣做成成长型企业。成长型企业不仅要有收入规模和利润的成长，也要有制度、流程的成熟和优化，更要有团队认知、能力的提升，因此，成长型企业底层是建立学习型组织。

结尾、寄语

岁月有加，并非垂老；理想丢弃，方堕暮年。岁月悠悠，衰微只及肌肤；热忱抛却，颓废必致灵魂。人与信念共年轻、与自信共年轻，希望为年轻之源。我们的团队是年轻的团队，但是在上海地区竞争、华东地区竞争、在中国市场竞争，我们普遍显老。这种老不是岁月，而是心态。你会发现人才辈出的时代、一定是业绩倍增的时候。



第二部分：公司概况

浙江一鸣食品股份有限公司自创办以来，专注实业、聚焦农业，围绕整合和延伸农业产业链，实施“三产接二连一”发展战略，已成为一家集奶牛养殖、乳品与烘焙食品生产加工、连锁零售门店于一体的农业产业化国家重点龙头企业。

从2002年在全国首创乳品和烘焙食品相结合的“一鸣真鲜奶吧”商业模式、建立了奶吧标准化服务体系。聚焦“智能要货、柔性供应、精益排产、敏捷配送”，销售体系和供应链协同高质量发展，已形成了具有一鸣特色的产品与服务解决方案，以“新鲜健康为核心”的“柔性敏捷供应”质量管理模式。以食品安全为前提，实现24h内新鲜直达。截至2022年12月31日，公司在浙江、江苏、安徽、福建及上海等华东地区共建立了1929家奶吧门店。



图：公司产品（乳制品）



图：公司产品（烘焙产品及米类产品）



图：“一鸣真鲜奶吧”门店外部店面



图：“一鸣真鲜奶吧”门店内部陈列



通过实施卓越绩效管理，推动“智慧一鸣”数字建设，公司以“新鲜健康的食品、真诚永远的服务”为品牌理念，以奶吧门店为销售驱动，推进了连锁门店零售、冷链物流体系、产品研发制造及奶牛规模化养殖的一体化融合，实现了“三产接二连一”的全产业链协同发展。同时，公司在绿色制造、技术研发、品牌建设等方面也取得了较为突出的发展成绩，先后获得了国家工业和信息化部授予的“绿色工厂”称号和“两化融合管理体系贯标试点企业”、浙江省工商行政管理局授予的“浙江省商标品牌示范企业”、浙江省质量技术监督局授予的“浙江名牌产品”、浙江省连锁经营协会授予的“浙江省连锁业杰出贡献企业”以及中国奶业协会授予的“最具影响力品牌”、国务院颁发的“国家科学技术进步奖二等奖”等。

在2022年，公司还先后获得了“浙江省人民政府质量管理创新奖”、“国家优质乳工程”、“浙江省领军型创新创业团队”及“浙江省科学技术进步奖二等奖——奶牛绿色健康养殖及优质乳生产关键技术与应用”等奖项。



第三部分：保护股东权益

一、股东权益保护机制

公司以《公司章程》为准则，三会议事规则和各项工作制度为主要架构，形成权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间的有效制衡关系，围绕公司治理，完善相关的规章制度和健全的内部控制制度。

公司严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定召开股东大会，聘请常年法律顾问对股东大会的召集、召开、表决等程序进行见证，并出具法律意见书，确保所有股东，特别是中小股东享有平等地位，能够充分行使自己的权力。公司股东大会对关联交易严格按照规定程序进行，关联股东在表决时实行回避，保证关联交易符合公开、公平、公正、合理的原则。严格遵守信息披露制度和流程，信息披露及时准确，确保股东和投资者充分享有法律法规、规章制度所规定的各项合法权益。

二、投资者关系管理

公司重视与广大投资者的互动与交流，投资者关系管理工作是投资者与公司沟通的渠道和桥梁，是投资者向公司表达诉求和建议的窗口。在投资者关系维护方面，公司制定了《投资者关系管理制度》，以确保投资者公平、及时地获取公司公开信息。公司设有专职信息披露人员和接听投资者来电咨询等工作。2022年，公司共接听投资者来电咨询并解答几百余次，耐心倾听投资者诉求，认真回答投资者提问。公司充分利用上证 E 服务交流平台，对投资者提出的问题、意见和建议都一一进行了答复。公司热情接待调研人员，及时汇总访客人员信息和调研记录；2022年公司共召开四次董事会，四次监事会，一次年度股东大会，此外，公司积极主动召开年度、半年度及季度业绩交流会，向投资者充分介绍公司战略及发展方向，增进投资者对公司的了解，切实维护投资者合法权益，提升公司的整体形象。今后，公司将继续提升规范运作水平，完善公司治理，努力构建和谐的投资者关系。



第四部分：客户关系

一、贴近消费者，有效满足对新鲜、营养、健康食品的消费升级

公司“一鸣真鲜奶吧”连锁门店的营业面积通常在45平米左右，一般选址于生活社区、商业街区、轨道交通站点及学校、医院等其他人流密集区域附近。通过布局于社区、商圈及交通枢纽等多类消费场景，在生活、工作、出行等多渠道贴近消费者，有效满足了城镇居民对新鲜、营养、健康食品的消费升级，形成了相对传统乳品企业与烘焙食品企业的独特优势，形成了公司对消费者需求变化的快速感知与响应能力。

二、传统渠道与创新渠道并进，服务消费者

传统渠道	合作和服务
早餐渠道	1. 通过与经销商签订《早餐奶经销商合同》形式进行区域合作，提供一鸣相关产品进行区域性
	授权独家销售。 2. 通过提供品牌物资，终端表现力建设支持等方式帮助经销商做好终端品牌建设。 3. 通过相关激励政策及促销活动等方式驱动客户达成业绩目标，通过相关制度、绩效考核等形式进行经销商及下属团队管理。 4. 通过业务人员市场检视，经销商、送奶员培训等方式提升经销商团队技能，帮助经销商做好市场管理及销量提升。
学校零售渠道	①便利店、小卖部： 客户对象：校园便利店系统负责人（店长）、小卖部老板， 关系建立的方法：系统客户负责制。一般由公司业务系统对接负责人做好日常的关系维护，通过树立一鸣品牌的影响力和客户对产品的接受度，来确定其对公司业务的信任基础，另外通过与系统便利店签订战略合同，确保双方协同发展；对于门店的店长及小卖部老板，一般通过日常的客户拜访，在情感交流沟通的同时主动到店打理产品陈列及促进销售，并与老板建立朋友型关系，以微信为信息链接纽带，持续的加深日常联系。 ②学校食堂：一般由业务员人员直接对接学校食堂负责人，通过产品卖点的介绍和其需求的快速解决（例如提供合理的产品组合）来建立供需关系，并通过微信等联系工具，时刻与负责人保持联系，建立朋友型关系，另外在日常供货中确保产品质量安全，从而让其更放心。



学童渠道	<p>与经销商签订销售合同，并快速的依据其需求提供合适的产品，并协助其对区域网点的开发和相关产品服务方案的提供，并能有效的提供专业的产品介绍和问题解答，从而树立经销商对公司业务的信任，加深双方的关系。通过对区域目标的设置及相应的激励方案，增强其业务的积极性。另外也通过经销商区域和产品的分类管理来保障其代理区域的市场稳定。</p> <p>③学校订餐：以学生配餐为切入点，针对华东地区的配餐公司客户锁定开发，目前已经和无锡苏南教育集团达成合作，截止2023年4月份销售渠道学生营养配餐已经实现了70万/天。</p> <p>通过为客户提供套餐设计，满足及时的业务需求，并且通过日常的走访与信息交流，从而有效的建立双方持续发展关系。</p>
商超渠道	主要以国际卖场和地方大型连锁超市为主，通过商超渠道展示品牌的形象和线下互动的方式拉动销量。
团购渠道	主要是以企事业单位为主，主要以下午茶和食堂餐厅和员工福利为主。

图表：传统渠道的合作和服务内容

一鸣一直致力于让成为消费者身边的好邻居，融入到消费者的生活中成为生活的一部分，所以各种有效触达消费者的渠道，一鸣都会进行系统布局。

创新渠道	合作和服务
020的合作	与支付宝、微信、美团、饿了么、口碑、淘宝等平台的深入合作，能够让消费者在各大消费平台看到一鸣产品的活动优惠
一鸣鲜友社区团购平台	基于门店的社区团购项目
一鸣心选平台	一鸣心选以线上商城为核心，辐射出一鸣心选直播间、一鸣心选公众号、一鸣心选官方抖音号，商城为用户提供优质牛奶和休闲零食，在各个大社交平台为用户们提供为专业健康的内容。
一鸣优鲜零售	将门店作为前置仓的批零配项目
一鸣享荟茶歇定制	让销售人员走入企事业单位、办公写字楼做下午茶业务开发，门店完成配送的项目
售卖机渠道	与奶吧形成互补，能够24小时不间断供货



三、构建快速查询、交易、投诉渠道，及时解决顾客需求

1、交流平台

(1) 一鸣双语官网：www.inm.cn

- ①企业介绍
- ②主推产品介绍
- ③加盟通道



(2) 一鸣微信公众号：一鸣食品

总用户数

4577828

- ①新品、活动推荐内容
- ②用户留言、建议等互动
- ③即将上线用户社区板块，展现一鸣与客户生活内容



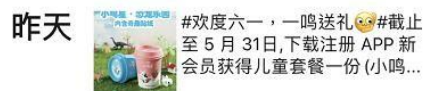
(3) 一鸣800自媒体

一鸣800自媒体是指每家门店都拥有一个独立的店长微信号，从新店开业到日常营业，都会将会员消费者添加为好友并建立社区微信群。

每个800自媒体号日常更新朋友圈发布新品内容、近期门店活动发布、创意营销海报发布、品牌联合活动发布等。



800相关工作联系当地品牌，紧急事宜联系电话：779168



(4) 官方微博：一鸣真鲜奶吧

主要以一鸣真鲜奶吧近期新品活动、品牌活动为内容，并与一鸣粉丝互动交流为主要目的的宣传渠道。



(5) 官方抖音：一鸣真鲜奶吧

2020年正式运营的一鸣官方蓝V 抖音号，主要以发布牛奶酸奶等食品的科普知识，穿插以用户与奶吧真实生活的故事拍成的短视频。用户点赞、转发、留言多种形式跟一鸣品牌以视频形式近距离接触。



图表：一鸣自媒体矩阵展示

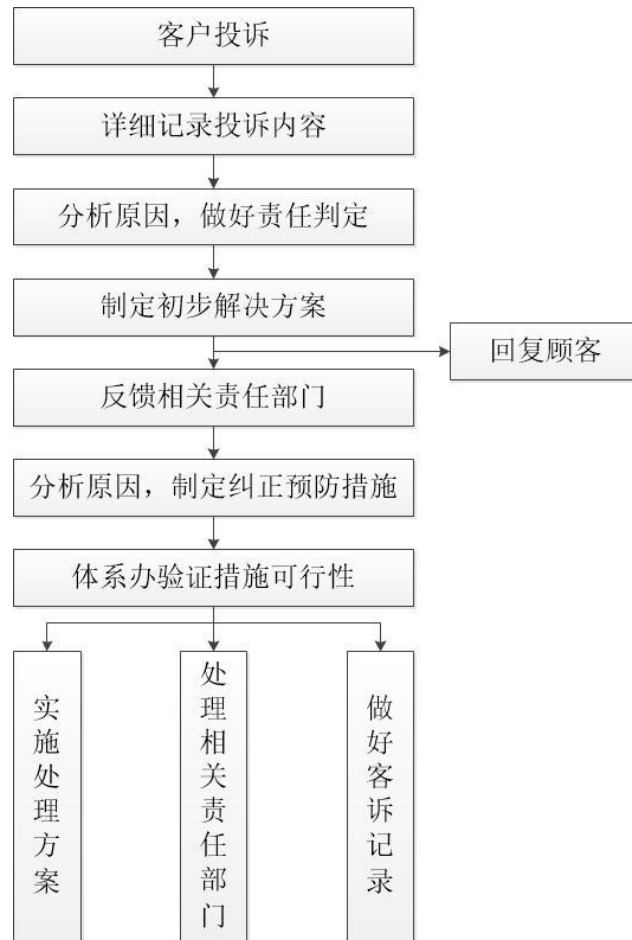
2、投诉管理

公司制订《质量信息处理程序》，建立了比较完善的顾客投诉机制，处理问题做到“诉之有应，应之有果，有则改之，无则加勉”。

公司客服部全面负责客户投诉管理，接到顾客投诉后，线下反馈客诉4小时；线上反馈客诉半小时内回复，同时对投诉问题识别核查。一方面，制定问题处理方案，经顾客确认后，快速给顾客妥善处理。要求48小时内处理完毕，72小时内回访。对于一些产品的功能性急需处理的投诉问题，服务人员接到投诉后，视情况现场现地帮助客户解决问题，直至顾客满意。另一方面，及时反馈给后端质保部门，组织内部相关人员制定该问题的内部整改方案，并组织实施，对内部整改方案和实施结果，视情况向顾客反馈，获得顾客的确认。其中，内部整改既包括公司内部整改，也包括相关方的整改、验证。对相关方的整改要求，相关责任部门拟定《纠正预防措施》，并传递至各相关方并监督实施，整改效果最终由体系办组织验证。

同时，公司为确保客户投诉及反馈信息的有效利用，每月都会对顾客的投诉进行汇

总分析，形成《顾客投诉意见汇总表》。由体系办牵头，组织各部门对存在的共性问题进行分析，制定《纠正预防措施》进行改进，整改效果由体系办组织收证，公司针对部分投诉问题进行的整改。



3、持续改进建立顾客关系的方法，以适合于公司中长期战略规划及发展方向

公司每年、每季度、每月召开会议对建立顾客关系的方法进行评审，结合公司发展战略，提出改进措施。每年公司召开公司经营大会，对年度的经营环境、经营目标进行分析，同时对影响经营目标实施的顾客关系建立方法提出改进要求；每半年，公司召开经理人会议，共同商讨公司经营的发展方向，同时对建立顾客关系的方法进行平估，并组织改进。每月，公司各部门负责召开内部会议，分析月度工作情况，并对存在的问题提出改进并组织落实。

4. 顾客满意度测量与应用

(1) 明确顾客满意度的测量主要方式、方法，确保获得有用信息

根据调查目的与方式的不同，公司的顾客满意度测量方法主要有走访调查、问卷调查等方式。



为及时掌握顾客满意度信息，建立了一套公正、科学的顾客满意度测评制度，营销中心每年组织不少于一次顾客满意度调查（通过第三方开展），并对满意度调查结果进行分析改进，形成《顾客满意度调查报告》，作为改进决策参考。

在调查对象上，包括了一鸣真鲜奶吧顾客和传统渠道顾客，采取抽查调查方式，取样的科学性极大地保证了信息的代表性和可用性。

2021年，依据GB/T 19038-2009《顾客满意测评模型和方法指南》重新设计了满意度调查问卷。

（2）顾客满意度应用

营销中心通过自我调查、第三方调查等各种方式获取顾客满意度信息，在信息汇总的基础上，对满意度结果进行分析，形成《顾客满意度调查报告》，发放各部门要求进行组织改进，并进行跟踪验证改进情况。

5、重视对产品、服务质量跟踪

针对一鸣真鲜奶吧渠道和传统渠道，奶吧事业部设立客户体验中心，开展门店的产品质量和检查考评；销售中心设立质控科，负责传统渠道的产品质量和跟踪。

（1）城市区自查

每月城市区按《各城市区终端表现力自查表》自查，各城市区均有对应的问卷星（无纸化办公）【每家门店需查4次/月】

每月5日城市区提交自查报告《XX 终端表现力、产品新鲜度及底线月报》至总经理，抄送奶吧经理室、奶吧客户体验中心；

（2）奶吧客户体验（监控考评与门店走访相结合）

监控考评：客户体验中心以周为单位提供考评数据发送城市经理抄送总经理、小区经理、综合经理体系办，并要求3个工作日内提交整改报告；

①门店走访：客户体验中心每月不定期以城市区自查报告、APP以及客诉数据、监控考评进行访②门店确认；每周日前提交门店访店数据，发送城市经理，抄送总经理、小区经理、体系办，并要求3个工作日内提交整改报告。

客户需求、客户投诉、客户满意等信息通过服务网络源源不断地反馈。公司将每年的顾客满意度、顾客投诉处理时效性、以及投诉处理结果列为顾客是否满意的重要参考指标，对每次调查发现的顾客“很不满意”的信息都给予最密切的关注和追踪，同时制定解决措施，确保了公司产品和服务质量的持续改进。



第五部分：技术与创新

一、技术水平

公司研发中心先后被评为“国家星火计划龙头企业技术创新中心”，浙江省级“企业研究院”“重点农业企业研究院”“企业技术中心”“农业企业科技研发中心”“高新技术企业研究开发中心”，设有省市两级“博士后科研工作站”。

公司联合浙江大学、中国农业大学、浙江省农科院专家，以自有牧场为应用型科技成果转化平台，积极转化一批奶牛高效养殖技术，对奶户开展奶牛的营养健康、疾病防治、繁殖育种方面技术服务。2010年启动的《温州市地方畜禽种质资源保护与开发（奶牛冻精）项目》，通过公牛总冻精选择改良现有奶牛品质，每头奶牛年平均单产从6吨提升到9吨，乳脂率从3.5%达到3.8%上，乳蛋白从2.9%达到3.2%以上。目前公司正在积极筹办“浙江省奶牛遗传改良与乳品质研究重点实验室”，主要围绕奶牛遗传、育种、繁殖、乳质等四大研发领域开展研究，力争通过5-10年的努力，打破中国奶牛的高端冻精几乎被国外垄断、优质母牛80%从国外进口的困境。

1、专利技术领域

截至2022年12月31日，公司专利申请共计89项，其中发明专利39项，授权发明专利10项，受理发明专利29项。另有软件著作权7项，有7项产品被认定为省级工业新产品。2019年获得“国家科学技术进步奖二等奖”一项、2021年获得“浙江省科学技术进步奖二等奖”一项、2022年获得“浙江省科学技术进步奖二等奖”一项。

2、参与标准制定

截止2022年12月31日，公司主持团体标准1项，企业标准多项。参与修订行业标准1项。

2019年7月，一鸣“蛋奶饮料”取得“品字标”浙江制造证书。一鸣蛋奶饮料是公司第一款自主研发的专利产品，攻克了鸡蛋遇热会凝固的技术难题，成功将牛奶、鸡蛋二者有机融合。





3、新产品（技术）鉴定

2017年度《常温长效ESL活菌型酸奶》《天然特色风味乳酸菌饮料》，2018年度《可微波加热的熟米制品糕点》《可加热活菌型酸奶》等产品经浙江省经济和信息化委员会鉴定（验收）和审核，技术水平达到国内领先水平，先后被认定为省级工业新产品。

4、科学技术进步奖

2020年，《功能性乳酸菌靶向筛选及产业化应用关键技术》获得了国务院颁发的“国家科学技术进步奖二等奖”、“浙江省科学技术进步奖一等奖”。

5、技术方面的核心实力

（1）功能菌种研究、产品功能研究

在菌种资源库的建立方面，公司非常重视本土微生物菌群的挖掘、保护和利用。公司与浙江大学、浙江工商大学、浙江中医药大学等进行了深度合作，建立了生物资源库建设、功能性乳酸菌筛选及评价模型，以及益生菌及其发酵食品的产品创新模式。

自2016年以来，从温州泰顺山区(2016年)、四川西部藏区(2017年)、甘肃南部与青海藏区(2018年)、内蒙古地区(2019年)、东北地区(2020年)、新疆地区(2021年)等地采集自然发酵乳制品(牛乳、马乳、驼奶、牦牛乳、奶酪)，传统发酵食品(泡菜、藏式酸奶、曲拉，酸面团、奶疙瘩等，母乳，婴儿粪便等样品362份，从中分离乳酸菌、醋酸菌和酵母菌700余株，经过基因鉴定，法规可食用乳酸菌500余株，酵母菌50余株，建立公司自有的菌种资源库。公司的明星菌株有保加利亚乳杆菌inm25-LB、嗜热链球菌inm25-ST、清酒乳杆菌LZ217。其中清酒乳杆菌LZ217相关技术荣获国家科学技术进步奖二等奖。

在菌株的功能研究方面，通过组方设计、体外及模型动物实验研究，获得了具有功能特性的益生菌及其产品，特别是在产叶酸益生菌、血脂调节、肠道健康、睡眠情绪等功能方向取得了良好的突破。2020年1月，公司参与完成的《功能性乳酸菌靶向筛选及产业化应用关键技术》项目围绕功能乳酸菌菌种筛选和产业化关键技术等方面开展了长期、系统的产学研联合攻关，取得了创新性成果。该项目成果获得了国务院颁发的“国家科学技术进步奖二等奖”及“浙江省科学技术进步奖一等奖”等荣誉。

在研究成果及转化方面，基于益生菌及发酵食品的开发，公司先后开发了一系列创新产品，例如：见轻、一鸣纯、地中海、希有主义等特色发酵乳产品；罐子蛋糕、冰面包、天然酵母面包等烘焙产品；见衡系列益生菌产品。这些产品上市以来，市场表现良好受到消费者的普遍好评。有力推动了企业创新发展，提升企业核心竞争力。



（2）工艺技术的研究

公司始终围绕创造新鲜健康生活的理念进行产品创新及工艺优化。

在乳制品方面。围绕液体乳加工及其相应保障技术开发这一总目标，重点攻克特色乳酸菌发酵剂开发技术、乳制品风味识别及控制关键技术、功能乳制品开发技术及其产业化等核心技术。澳瑞鲜牛奶方面，通过工艺的升级优化，采用76℃低温巴氏杀菌工艺，最大限度保留了鲜奶里免疫球蛋白、乳铁蛋白，满足顾客后疫情时代对免疫力保障的需求。此外进行了澳瑞鲜牛奶的产品升级，优选进口娟姗奶牛，在国家级生态县高山牧场，空气清新，通过精细化饲养，产出品质好奶，1瓶娟姗奶含9g原生蛋白，营养更放心。在见轻酸奶开发方面，通过具有自主知识产权的益生菌研发的产品，并于2019年经动物实验验证具有辅助降血脂及血清胆固醇作用，相关授权专利2篇，受理专利4项，技术达到国内领先水平。在一鸣纯酸奶开发方面，通过具有自主知识产权的益生菌研发的产品，产品配料简单，只有牛奶和乳酸菌，状态细腻顺滑，奶香味突出，酸甜平衡不刺激。在地中海酸奶开发方面，经过近多年的技术攻关，项目采用部分浓缩技术、杂菌控制技术、配方及发酵菌株的优选，最终确定产品配方和生产工艺参数，开发出了一款具有褐变美拉德反应和动物油脂煎炸风味的地中海风味的发酵乳产品，其核心技术已申请国家发明专利2件，总体技术水平达到国内领先，产品深受消费者喜爱。在希腊酸奶开发方面，采用特殊膜浓缩技术，4层超滤工艺，实现蛋白远高国家标准2倍以上的高蛋白酸奶。

在烘焙产品方面。随着人们生活水平的提高，特别是受疫情影响之后，消费者越来越重视饮食的营养与健康。公司致力于提供营养健康，新鲜美味的产品给消费者，特别是针对客户群体为中小学生的条件下，我们更需要为他们的健康守护，公司不断改善技术和工艺，为消费者提供更加健康美味的产品。通过酵母及发酵技术的积累，公司于2015年开始探索研究天然酵母。通过一系列技术攻关，率先实现了全国第一款天然酵母的产业化制备，并在配方工艺、生产质量等方面建立了标准，形成一套严格质量控制体系。此外，通过罐子蛋糕、鸡肉卷等大单品的产品开发，打造了一些列的烘焙精品和爆品，通过这一系列的研发和技术创新，进而建立了烘焙技术壁垒和实现差异化竞争优势。

（3）牧场防疫技术

一鸣牧场始终执行“防疫为先、关注细节”牧场管理方针，把严守防疫防线作为稳步发展畜牧业的关键环节，始终做到了严防坚守，严格落实各项防控措施。严格实行全场统一防控，统一防治，统一管理，不留死角，多措并举。消毒工作常态化、防疫防控、计划免疫、强制免疫等几大项技术措施严格操作，完善防疫组织架构，明确职责分工，并制定出奖罚和问责制度加以实施，保证防疫、检疫工作的落实。



牧场在防疫过程中，遵守《动物防疫法》，在主管部门的统一布置和要求下，根据牧场实际情况，制定科学合理的免疫程序和两病检测操作规程，对于布氏杆菌、口蹄疫等重点严控疫情，要求各经营分场严加防控。在实施过程中，尤其是对列入强制性免疫的口蹄疫，免疫密度要求100%，并进行免疫效价监测，确保免疫质量。

二、设备水平

“一鸣真鲜奶吧”选择专业的烘焙设备制造商新麦机械，商用冷柜制造商金城制冷，其中金城制冷设备，已可以实现2-6℃的精准控温，该控温要求远超行业水准（6-15℃），达到了业内顶尖要求。

自有牧场采用规模化、标准化牛舍养殖方式进行奶牛饲养，配备21栋标准化牛舍、挤奶厅及其附属设备、兽医房、治疗室、隔离区、草料库、精料库、青贮窖等设施，配套有日处理200吨的污水处理厂和年产规模20000吨的有机化肥加工厂，形成协调、转化、再生、增殖的绿色有机生态循环产业链。。

公司已建成平阳、平湖和常州三大生产基地，和以基地为中心的3大一级配送中心、7大城市二级配送中心（宁波、南京、余杭、萧山、金丽、台州、嘉善）；二级城配是以“50km为半径、200家奶吧为商圈”进行布局。生产基地配备国际先进的生产工艺流水线和生产设备：乳品车间工艺整线实现全自动中控控制，产品实现全密闭生产；烘焙车间，实现流程化生产，引进了国际国内先进的自动化设备系统。2021年5月正式投产的常州工厂引进国际最先进的智能数据中心、智能乳饮料生产系统、智能烘焙生产系统、智能仓储和智能能源管控系统等，实现全自动中控控制，乳饮料生产自动化程度、设备集成水平、生产效率水平、物料利用率水平行业领先。

公司建立运行“智慧一鸣”生产与销售一体化信息系统，及时汇总各种渠道的需求信息并快速转化为补货订单、生产订单、交货单、装运单等，指导各业务单位协同作业，以食品安全为前提，实现24h内新鲜直达。公司先后获得工业和信息化部授予的“制造业与互联网融合发展试点示范项目”称号、浙江省经信委授予的“省级工业互联网平台”称号。

三、产品创新方面

为契合国内消费者喜好温热属性，追求新鲜健康的饮食习惯，公司先后开发了热属性的早餐奶产品“热奶”、可适度加热且保持活性营养的“温酸奶”、常温条件也可长时间保持菌种活性的常温酸奶、追求食物本真的“淳酸奶”与“地中海风味酸奶”、融合鸡蛋营养成分的“真鲜蛋奶”，以及吸收乳品营养与风味特点的“鲜奶吐司”“特浓



牛奶吐司”“羊皮卷”等创新烘焙产品。其中，公司的“温酸奶”系列产品，有效解决了部分抗拒酸奶低温饮用的消费需求，改变了冬季酸奶淡季的消费习惯；公司的“真鲜蛋奶”产品，攻克了鸡蛋遇热凝固的技术难题，并通过优化热处理条件使产品具有浓郁的蛋香口味，获得国家发明专利。

四、工艺创新方面

公司以微生物发酵控制技术和食品加工技术为基础，持续进行各项乳品加工技术的工艺创新。例如，公司在发酵乳生产过程，建立了有效的预防和控制噬菌体技术，消除了微生物污染带来的不良影响；公司在乳品混料工艺过程，采用了真空混料系统和在线混料技术，实现了乳品混料的高度自动化；公司在生产清洁工艺过程，升级了乳品生产的原位清洁系统（CIP系统），实现了乳品加工清洗工艺的全自动控制、精准控制。

同时，引进了UF和RO等膜处理加工技术，升级了不同细分品类牛奶的风味和口感，适应了更高端的市场需求。

五、专业技术人才队伍

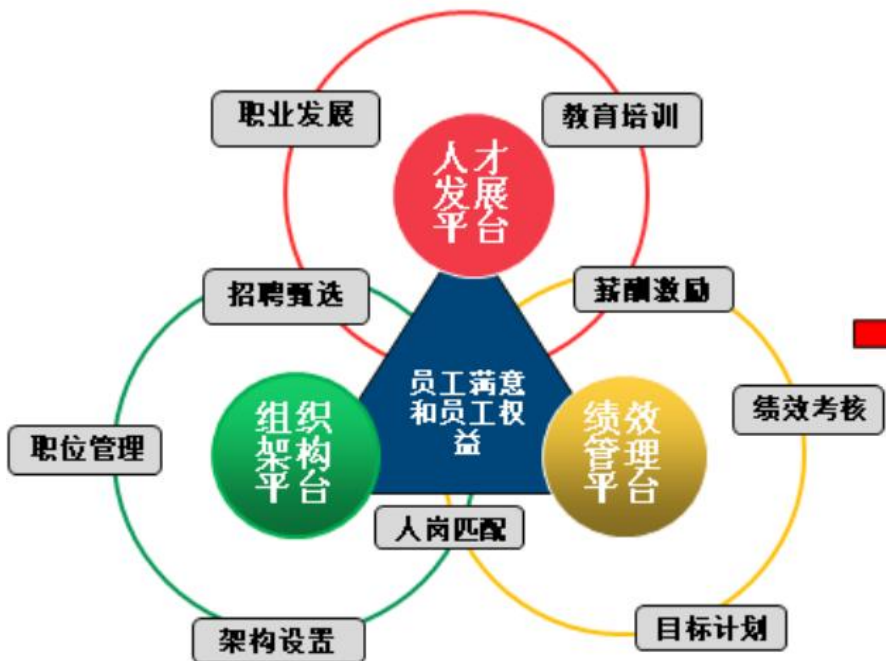
公司非常注重人才引进和培养，积极引进营养学、微生物学、乳品发酵控制等学科研发人才，让团队的创新工作更具有活力。目前研发技术人员70余人，其中博士研究生2人，硕士研究生21人，海外专家（国千）1人，省千1人，高级职称3人，乳品与微生物专业相关的专家6人。2019年，董事长朱立科先生被温州市市委市政府授予温州市“高层次人才特殊支持计划”杰出人才荣誉称号。研发中心负责人（一鸣液体乳加工省级重点农业企业研究院负责人）陈波，是鲜奶吧液态奶品质关键技术研究及跨界融合产业化第一参加人，乳酸菌定向选育与特色液体乳产品开发关键技术研究第一参加人，同时荣获“温州市科技创新领军人物”等称号，所在团队“一鸣功能性发酵乳创新团队”荣获温州市高水平创新团队称号。

同时公司通过技术合作、柔性人才、博士后科研工作站等方式进一步增强乳品发酵研发团队的科研、转化能力。与浙江大学、浙江工商大学、江南大学、浙江科技学院等知名高校建立合作关系，共同展开科技攻关。

第六部分：为员工创造机会

一、员工满意和员工权益

公司围绕让员工“成为有尊严、爱生活、有奋斗精神的职业化的社会人”，坚持选择志同道合的伙伴，形成了一套重视高精尖的人才聘用、注重训练战结合的人才培养、导向奋斗的薪酬绩效、关注和谐劳资关系的人力资源理念，构建了包括组织机构、绩效目标和人才发展三个平台的人力资源管理体系的人力资源管理系统，营造卓越的人才培养方式与职业发展通道，促进企业与员工的共同成长。



二、工作的组织和管理

根据公司的发展战略要求，为更好的适应企业的运营特点，提高灵敏性和快速反应，打造快速供应链。公司在调查、对比分析、评估的基础上，结合本企业实际情况，根据扁平化理论，将原来的组织结构进一步进行了优化，设立4个委员会、17个部门。优化后的组织结构既使各部门责权明晰，又提高了工作效率，降低了管理成本，提高了快速反应能力。

开展岗位分析和评估，明确岗位职责，合理控制岗位编制。修订完善了《部门职责》、《岗位说明书》，明确了各部门的职责、任职资格、工作权限、组织关系。

为营造全员参与管理的组织文化氛围，调动员工的主动性与积极性，有效应对特殊、的项目工作，公司设置跨职能机构，实现跨部门的横向沟通，如下图：



序号	组织名称	人员组成	工作方式
1	产品委员会	公司管理层、市场、开发、采购、制造等部门	产品评审
2	质量督导组	公司管理层、专职质检人员、专职督导人员、 外聘第三方	抽查与神秘顾客调查
3	安全生产小组	公司管理层、制造、行政及相关职能部门	建立安全管理机构，开展安全生产检查等相关活动
4	薪酬绩效小组	公司管理层、人力资源中心及相关部门领导	定期开展绩效评估工作
5	卓越绩效模式小组	公司管理层及相关部门	定期和不定期学习培训会议、自评会议
6	创新委员会	全体员工	每月针对主题提创意、采纳、建议

三、人才培养

为挑战未来，全面提高公司员工对卓越绩效模式的理论知识与运用能力，实现“打造最好的产品，打造精品企业；面向市场，为员工创造平台，为客户创造价值”的企业愿景，公司积极导入和学习卓越绩效模式。

根据公司战略目标和人力资源规划结合当前人力资源配置情况，对未来岗位能力的要求进行比较分析，识别现有员工的特点和技能，找出优势和不足。开展了品牌线、生产线、销售线、质量线等近100个关键岗位能力分析，形成了岗位能力模型。

2、班长/主管/层级的核心能力建设（打造经营性的管理者）



通过核心能力提升：**经营规划、管理能力、组织团队、现场管理能力**四方面，打造班长/主任的能力

图表：岗位能力模型示例

通过岗位分析与任职能力识别，公司将岗位分成一般、重要、核心、专家四类，针对不同岗位人员采取差异化能力提升计划，如针对部分员工开展岗位技能、业务知识等培训；与管理咨询机构合作举办多次一鸣MBA，促进了员工的综合能力与企业的同步发展。

四、福利体系

员工类别	个性化需要	福利措施
普通工人	薪酬、工作环境和强度，职业安全、个人提升	稳定、安全的工作环境、公平的业绩考核、竞争力的薪酬、学历提升班
技术能手	发展空间、合理的薪酬	优厚的薪酬福利、劳动保障、发展通道、技能等级资格认证
中层管理者	薪酬、晋升机会、企业发展、荣誉成就等	轮岗、竞聘、提供项目式挑战性工作；
高层管理者	提供事业平台、充分授权	授权制度、中长期激励、干部研修；
销售人员	激励、合理的薪酬、发展空间	公平的业绩考核、奖金、发展远景
新进大学生	展示差异化性、培训体系	提升个人能力的培训机制、职业发展通道、和谐的人才成长环境、导师培养制、轮岗制。

公司针对不同类型人才的差异化性需求和影响员工满意度的关键因素进行分析，采取针对性的福利措施。解决了他们的住房、子女入学、医疗等后顾之忧，切实保障了他们的利益，使其全心投入工作中，全方位发挥人才的专业性、技术性，为企业更好更快发展提供了强大的技术支撑。

顺畅的职业发展空间、优厚的薪酬待遇、优越的生活条件、丰富的企业文化，造就高层次拔尖人才留人的文化氛围，使人才在生活上无后顾之忧，在工作上充分实现自身价值，把工作作为一种享受，由此吸引、留住了大批骨干人才，为公司的发展提供源源不断的动力。

公司制定了员工住宿补贴制度、通讯补贴制度、区域补贴制度、年休假制度、节假日礼品邮寄，成立了“爱心大联盟基金”，包含“佳节感恩大礼包”“未来之星成长基金”“爱心互助基金”三大模块。

为老员工设立特殊福利制度包括：子女成长教育基金、老员工住房公积金、车补等制度，切实保障员工的福利。积极为员工排忧解难。

工业园目前建有3座公寓式管理的员工宿舍共200间，设置单人间、2人间、3人间、8人间，还设置专家房。配套建有篮球场、网球场、塑胶跑道，并设有图书馆、阅览室以及室内健身房，开通了工业园至昆阳镇的免费班车，设立了员工自助式食堂以及无人售货便利店。积极开展各项文娱活动如员工生日晚会、跑坡比赛、篮球比赛、舞蹈比赛、工间操比赛、乒乓球比赛、技能PK赛、员工子女夏令营活动等，进一步加强员工的归属感和凝聚力。开展创先争优活动，每年举行“一鸣十大感动人物”评选和表彰活动；开展“工人先锋号”创建和评选活动，营造浓厚的人才成长环境。



图表：“一鸣”丰富的团队活动



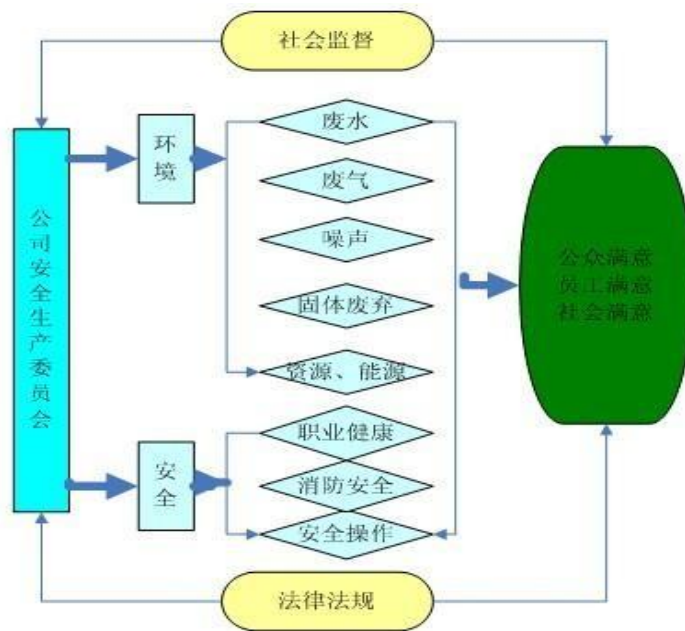
五、安全生产

在保障安全生产、应对突发事故方面，公司制定了《安全生产标准化制度汇编》、《安全生产管理手册》、《有限空间作业管理手册》、《安全生产法律法规汇集》《岗位安全操作规程汇编》《安全生产事故应急预案》包括综合应急预案、专项应急预案、现场处置方案（火灾事故应急救援、防台抗洪应急救援、危险品泄漏事故的处置措施、触电的应急处置、机械伤害及车辆伤害的应急处置）等一系列安全管理规范操作指引，通过加强职工上岗前的安全培训、改进火灾等各项事故防护设施的配置、定期或不定期的安全生产检查等多项具体措施，严格防范生产过程中的潜在不安全因素。

第七部分：绿色环保

公司贯彻国家《环境保护法》、《大气污染防治法》、《水污染防治法》、《安全生产法》、《消防法》相关法律法规及相关标准，在奶牛饲养、乳品加工、食品制造、过期处置等环节，对各类潜在污染物进行了有效治理与防范，使得污染物的排放与处理完全符合环保要求。按照“遵守法律法规、推进节能降耗、营造绿色环境、实现环境友好”的环保方针为指导，设立安环能源部具体负责环境管理和职业健康安全管理。以PDCA循环为手段，建立环境管理体系和职业健康安全管理体系，通过实施对环境和关键控制点的危害分析、风险评价，落实环境因素识别与评价控制程序、环境运行控制程度、环境监测与测量控制程序、危险源辩识与风险评价控制程序，实现环境和危害分析、关键控制点目标。

图表：公司安全生产和环保运行系统





一、奶牛饲养

牧场生产区内所有粪污采用干清粪工艺，清理后的粪污集中存储在集粪池。经过自有污水站集中处理后，固体粪污进入有机肥场生产有机肥料，液体经生活处理达标后，回用于灌溉牧草地。其中：

牛粪处理方法——牛粪有机肥是利用生物菌发酵，去除臭味。减少热量的产生，肥效高。流程为迅速升温、脱臭、脱水、腐烂。

污水处理方法——采用现有先进成熟的厌氧，好氧生物处理工艺基础上开发出来的厌氧-CASS处理工艺，经该工艺处理后的出水可以达到《农田灌溉水质标准》（GB5084-2005）的规定。这种工厂化的污水治理模式在温州市乃至全省为第一例，工程效益主要是由于环境改善带来一系列的经济与社会环境效益，对全省的循环生态农业起到示范作用。

养殖场场区、畜禽舍、器械等消毒采用环境友好的消毒剂和消毒措施，防止产生二次污染。

有机肥场的臭气收集后采用喷淋、UV催化氧化处理后，高空排放。对病死牲畜在收集后进行焚烧无害化处置。

医疗垃圾：少量的奶牛疾病防治时产生，如防疫治病打针时产生的针头、药物玻璃瓶、纱布等废弃物，收集后已委托有资质的单位处理处置。

生活垃圾：收集后委托环卫部门定期清运。

周边配套有：绿色有机生态茶园、绿色有机生态（时令）蔬菜园、牧草种植园，形成绿色有机生态循环产业链。



二、乳品加工、食品制造

废水主要为职工生活污水、食堂废水、循环冷却水强排水、蒸汽冷凝水、烘焙车间大米清洗浸泡废水、烘焙车间设备清洗废水、乳品车间清洁废水、乳品车间设备清洗废水。

食堂废水经隔油、其它生活废水经化粪池处理、生产废水经厂区内生产废水处理设施处理，均达到《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准排入市政管网，经昆鳌污水处理厂处理达到《城镇污水处理厂污染物排放标准》（GB18918-2002）一级（B）标准后排入鳌江江口区。

已经完成锅炉供热煤改气项目。燃煤锅炉在实际使用运行中，热效率低，能源浪费大，排尘浓度大，含硫量高对大气污染严重。而燃气锅炉的热效率高，对大气污染低，有很好的环保性能。原有的锅炉房改造为燃气锅炉，煤炭消耗量由 6300 吨降至只需使用 102 万立方米天然气，年工业废气排放量由29013万立方米降至1224万立方米，二氧化硫降低34 吨，氮氧化物降低25吨，烟尘降低15吨。同时公司对产生大气污染的设备实行实时监控，严格限定污染物的排放量，实施“碧水蓝天工程”。

三、临保（临近保质期）食品处理

公司产品以低温保鲜或短保质期食品为主。其中，低温鲜奶保质期通常不超过15天，烘焙食品也新鲜、短保为特点，其保质期通常也不超过4天。公司以奶吧门店为主体的销售体系运行良好，存货周转率基本保持在20次左右，与产品定位相符；同时，公司建立了一套完整的临保（临近保质期）食品处理制度，避免出现超过保质期的产品流入市场的情况。

四、过期处置

原材料方面：为保证产品的新鲜健康公司对采购的原材料新鲜度有非常严苛的要求，原物料超出三分之一保质期不予接收，正常情况下不存在物料过期情况，遇到类似年初的新冠疫情情况下导致产品产量急剧下滑个别原物料会有挤压，在此种情况下公司管控至少提前12小时将过期物料清理生产现场，做显著标识（红色字体不合格，周边红色定位线）在专属不合格品区暂存（不超出7天），在报损专区进行销毁，销毁过程有视频监控。液体倒入污水站进行生化处理，达到排放标准后排入到市政污水处理厂。有机固体原料作为污水站碳源投加到污水中。



成品方面：公司采用提以销定产的运营策略，正常情况下不存在成品库存积压过期情况，当遭遇台风、疫情等终端紧急闭店情况下公司营销部门会积极协商渠道消化，实在消化不完也会在保质期结束前清离库房组织销毁，销毁过程全程有视频监控。面包烘干后运输到泰顺牧场，作为饲料辅料喂牛。牛奶倒入污水站中，处理达标后，排入市政污水处理厂。

通过这些处理，将过期品达到无害化处理目标，避免对环境造成危害。

五、通过科技升级，创建绿色工厂

1、引进国内领先水平的节能制冷设备，在乳品车间开展制冷系统节点改造项目，提升整体制冷能力、降低能耗，年节电127.7万度；将水处理过程的浓水处理后用于清洗塑料框、绿化浇灌等，减排的同时节约用水52吨；采用高效厌氧公益处理废水，将废水中有机物转换为生物燃料沼气，减少CO₂ 排放；升级了污水站厌氧系统，减少70%的污泥量，制成符合标准的有机肥；

2、公司利用厂房屋顶建成光伏电站，日均发电3000~4000度，节约了工厂用电的同时、降低了车间内部温度，使车间内制冷耗也得到进一步的降低。根据统计，每节约1度电，就相应节约了0.335千克标准煤和3.3.5升纯净水，多种植0.0545棵树，同时减少污染排放0.997千克CO₂。

3、将 PVC 材质的液态奶包装材料改为可降解的 PET 材质，符合清洁包装的要求，降低了塑料的使用量，减少环境影响，也增加了食品的安全性。同时蛋奶饮料设计为可采用瑞典爱壳包装，此包装属于轻型包装，采用自然贮量丰富、类似蛋壳材料的天然碳酸钙，对环境无不利影响。且烘焙食品包装用的卷膜由原来的干式复合工艺更改为绿色无溶剂复合工艺，不使用溶剂，减少对环境的危害。

4、生产线由瑞典利乐公司全新设计，原爱克林灌装机每小时仅生产4000包，投入使用全自动中控控制技术改造后，灌装机每小时提升至生产 9000 包，生产效率的大大提升，同时有效降低产品的单耗，确保降低能源与资源消耗量。

5、公司积极响应国家号召，推动企业数字化转型，将企业的能源以数字化转型驱动节能降耗，通过各各用能点水、电、气、进行远程数据采集时时动态监控用能情况，制定用能曲线达到精准控能、安全用能、与生产协同、多元化预警和用能管控、用能追溯等功能运用。实现对生产现场用能状况实时监控、风险预警，达到降本增效的目的。通过能源数字互联平台投入使用以来，企业的万元产值能耗从0.07477下降到0.06379，下降比例达14.68%。



6、为贯彻落实国家节水行动，企业加大节水改造力度，建成投用（智慧节水）互联平台、并对生产过程用水点进行逐个分析，改造了均质机冷却水回用系统、杀菌机蒸汽冷凝水回用系统、CIP清洗水二次回用系统，有效降低了水费、排污费支出，实现节水减排。实现公司年用水量从84万吨降至62.4万吨，年节省水费116万元、节省污水处理费64.8万元，降低生产成本为40万元，共计产生效益220.8万元。2022年企业被评为“浙江省节水标杆企业”。

第八部分：公益事业与乡村振兴

温州一鸣公益慈善基金会（简称一鸣公益基金会，英文名 inm Foundation）是由浙江一鸣食品股份有限公司发起的非公募基金会，于2018年1月在温州市民政局正式注册成立。秉承“致力公益慈善，助力农业农村发展，关爱青少年成长”的宗旨，践行并推动企业社会责任目标的落地。2020年在温州市社会组织评估中被评为AAAA级社会组织。

一、一鸣启智计划，以助力教育的方式振兴乡村

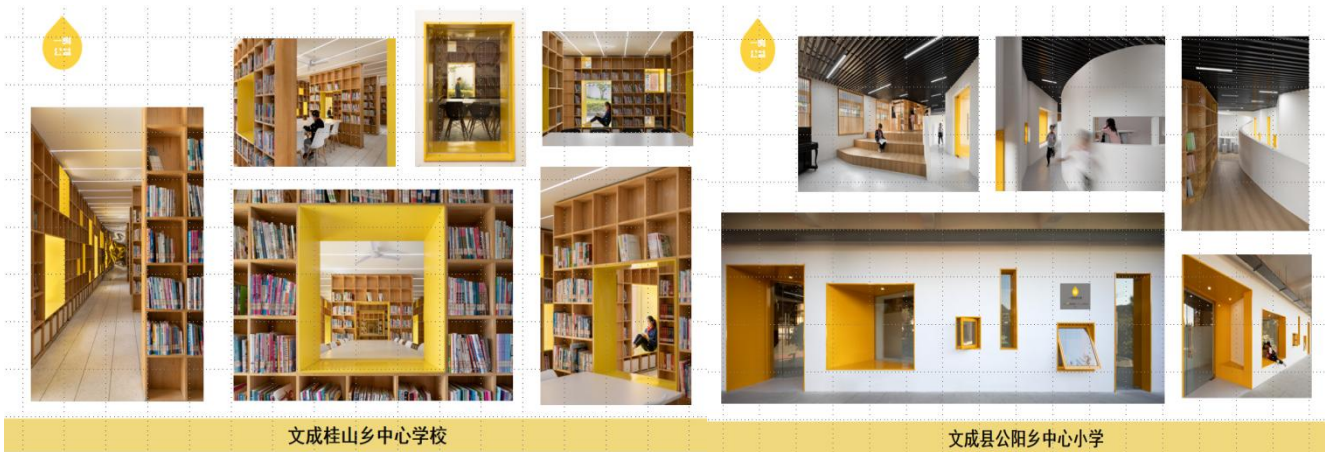
（一）一鸣启智助学，感召员工共建公益文化。

启智助学是定向一鸣员工发起的爱心助学项目。2016年8月，推出第一期，该项目由董事长带领中高层团队共同参与，感召与凝聚有爱的一鸣团队，共同推动员工践行社会责任。5年来，700余位一鸣人持续结对65名学生，捐赠资金达40万余元。同时2018年设立“一鸣启智奖学金”，在全国22所高校建立累计设立1500万元基金，旨在支持学校教育事业的发展与人才培养，同时利用奖学金学生与乡村学子以书信方式进行结对，拓宽孩子视野。

（二）一鸣启智空间，助力乡村教育振兴乡村。

2019年4月，设立1200万元专项基金。该资金主要用于提升乡村小规模学校学习空间、加强课程建设、落实营养计划等，截止目前已完成平阳、永嘉、泰顺、文成等地11所学校改造，邀请中国美院公益设计团队为其量身定制趣味性的学习空间，提升学生的阅读兴趣，同时通过项目撬动政府3000多万元的资金投入，来吸引更多的资源投入到乡村教育。





文成桂山乡中心学校

文成县公阳乡中心小学

（三）一鸣启智奖学金，搭建创新实践赛道。

启智奖学金、启智创新大赛先后在2017年、2018年启动。在浙江大学、温州肯恩大学、永嘉中学、温州中学等全国40所高校设立1600万余元基金，受益学生2000余人。表彰优秀学子、激励榜样，引领青年向上，为有动力的人提供向上的的阶梯。除此之外也积极创新挖掘产业特性推出启智创新大赛，为学生提供创新创意实践平台。截止目前开展了一系列的创新大赛，比如奶吧设计大赛、食育大赛、生物科研竞赛等。今年启动了两场大学生创新大赛。2022年1月12日，与肯恩大学开展的“Healthy Gut-Happy Brain（健康肠道—快乐大脑）”一鸣—WKU微生物组科研竞赛。比赛评委嘉宾邀请创新研究院的叶育彬博士、杨逸凡博士等人线上参与。科研竞赛成果展示有生物科学系的学生也有其他专业领域学生，比赛大胆创新，不仅给学生们提供一创新科研的机会，也是一次较好的校企互动与合作。

2022年9月29日，“一鸣阳光体育奖”捐赠仪式在温州中学举行。一鸣基金会创始人朱立科先生作为温州中学1990届校友，为感谢母校的培养，支持母校的发展，在母校建校120周年到来之际，个人出资100万元，通过一鸣公益慈善基金会捐赠至温州中学。用于在温州中学设立的“一鸣阳光体育奖”，旨在奖励在省级及以上赛事中获得荣誉的运动员及相关工作人员。



4、一鸣启智食育 做青少年营养的守护者

一鸣启智食育项目组成立于2021年底，成立以来多次深入讨论落地方案，从解决儿童实际需求出发结合企业创造新鲜健康生活使命的倡导，于22年5月初联合高温青年公益联合会推出“平衡膳食，健康成长”一鸣启智食育公益课堂，走进温州市24所学校及社区开展50场课程，惠及1200多名学生，为温州的孩子们上一堂生动形象的营养课，强化孩子们的健康意识。

2022年初通过温暖来敲门敲开了这一年度温暖的篇章。1月7日，丽水站线下活动启动，浙江省妇联、省民政厅、省关工委指导，浙江省妇女儿童基金会发起，一鸣基金会参与到定向丽水市特殊教育学校，为丽水困境儿童送上520箱牛奶作为一份暖心的新年礼物。



图表：启智食育活动

本次活动获得中国妇女报、浙江新闻客户端、新浪浙江、丽水日报、杭州新闻、杭州网等多家主流媒体报道。微博话题总阅读量将近615万，讨论次数7217次。

为表达对特殊群体的关爱，每年的中秋，一鸣基金会联合温州市民政局、团市委，开展“月是故乡鸣”中秋送关爱行动，本次活动累计捐赠月饼3500余盒，月饼券3000张。为低保户、特困人员、新业态从业人群、乡村儿童、困境青年送去中秋祝福和关爱，累计惠及6000余人。





图表：启智食育活动

二、一鸣兴农计划，以助力产业的方式振兴乡村

如何实现乡村振兴，朱立科董事长提出的两条途径：一个是把人带到乡村，一个是把农产品卖出去，一鸣在这两方面一直在尝试，发挥农业龙头企业作用，助力乡村振兴，实施农业扶贫，实现产业链深化和升级。

（一）产业助农 做产业致富导航员

从为村民科普垃圾分类知识、提升农村基础设施建设，为低收入村民参保新农合保险，暖冬、节假日慰问，在成立基金会之前就一直在延续。从为低收入村民参加保新合保险，到设立农技英才奖，一直在用自己的方式助力农业的发展，截止目前已经累计捐赠1198万余元，受益人数5000多人。除此之外一鸣公司还一直在探索从根本上激发村集体及农户的“自我造血”能力，于是开始采取合作种植（养殖）收益、入股分红和务工工资收入等多种利益联结机制，推出构建以“生态农业”为基础的“企农融合”发展模式，打造人气农旅融合项目——云岚牧场，构建利益联结机制带动乡村致富，焕发村庄活力，带动3000户农农致富路越走越宽。

一鸣公司累计投资1亿多元，打造农旅结合的生态牧场，接待游客超90万人次，旅游综合产值达3亿多元；盘活闲置集体土地1000余亩、闲置农房30多幢，所在村集体经营性收入由19万元增加至107万元，人均可支配收入由14130元增加至27680元，创造直接经济效益年均3000多万元。2021年7月14日，时任郑栅洁省长来泰顺调研时，对本项目带动周边村民发展的做法给予了充分肯定，评价到“这个是真棒，把村民的收入也带动起来，非常明显”。

（二）党建引领，焕发农村新面貌

“产业链延伸到哪里，党组织就建到哪里”，一鸣志愿团队以建在链上的党建格局，实现了产业链全覆盖。以党建引领公益项目，广泛组织、号召党员干部积极参与公益项目，为贫困山区、农民脱贫致富贡献智慧和能力。在沙岗村、墩头村推动省美丽乡村村建设工作中，



协助沙岗村、墩头村村“两委”以党建带动农村党建。一鸣拓展型支部结合“不忘初心 牢记使命”主题教育，结合沙岗村、墩头村工作，广泛发动公司各党（总）支部赴沙岗村、墩头村开展“两学一做”实践活动及乡村振兴工作。一鸣党总支结合党员“双十”活动，积极开展垃圾分类入户宣传活动，截至目前，一鸣党员志愿团队共组织30多场次进村普及垃圾分类知识，大大提升村容村貌。

基金会筹备组织一系列精彩纷呈的帮扶活动，帮扶沙岗村、墩头村修桥、修路、提升水利工程、引进公交车线路来改善农村的交通与整体环境，为贫困户送月饼、粽子、牛奶或慰问金等，党建帮扶的大格局初具规模。暖心而精准的村企共建项目，也让沙岗村、墩头村的村民们感动不已，也从实际上优化生活环境，提高了村民的生活质量。

三、一鸣志愿服务 发挥资源优势暖心助力

在一鸣，有这样的一个群体。在贫困、孤寡空巢老人家里和困难的留守儿童身边有他们，在大病致贫的苦难家庭和重症病危患者的病床前也有他们。哪里有了困难，哪里总会出现这些熟悉又温暖的身影。他们不计报酬，不图回报，甘愿用自己的汗水去浇灌更多人的幸福之花。他们中间有管理人员，有普通的一线工人。他们，就是一鸣志愿者服务队的志愿者们，2016年12月，一鸣志愿者队正式筹建。目前截止报告期在册的志愿者已达百余人，在公司内发动员工进行志愿服务活动164余次，服务群体余317万多人，开展活动千余场次。



图表：一鸣志愿者服务

报告期内，公司积极参与支持社会公益和慈善事业，以实际行动体现出较强的社会责任感，得到了社会各界的充分肯定，树立了良好的公众形象。