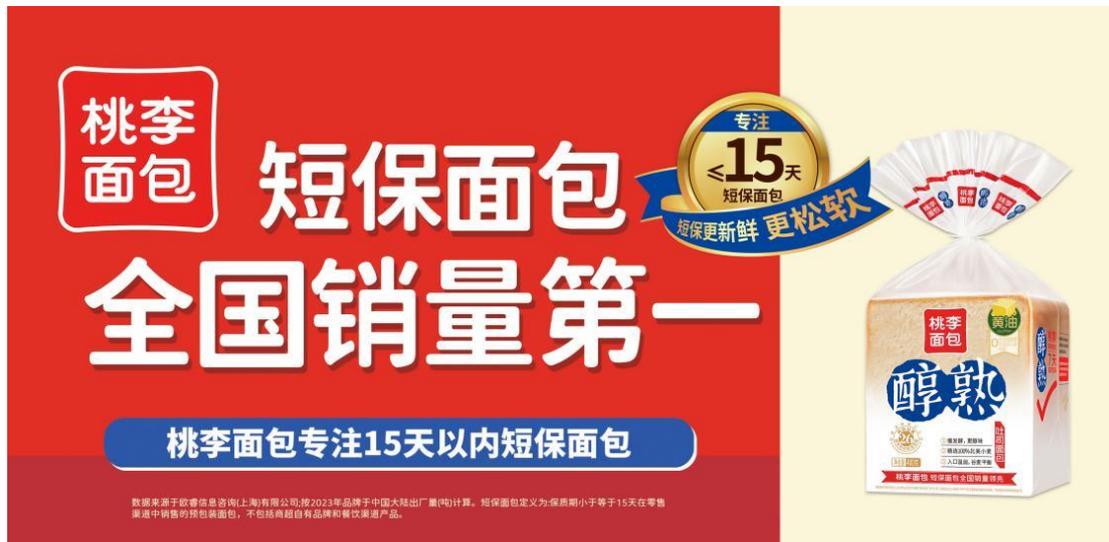


桃李面包股份有限公司

2024 年度社会责任报告

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

本报告系公司在履行社会责任，争做优秀企业公民方面所做的努力，不构成对公司股票买卖的要约或买卖的建议，其中涉及的未来计划、发展战略等前瞻性描述，不构成公司对投资者的实质性承诺，请投资者注意投资风险。



二〇二五年三月二十一日

一、关于本报告

- (1) 时间范围：2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日
- (2) 发布时间：本报告为年度报告
- (3) 组织范围：以桃李面包股份有限公司为主体，包括所有下属子孙公司
- (4) 数据说明：本报告所引用的数据，均来自公司公开文件
- (5) 可靠性保证：公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任

(6) 联系方式

电话：024-22817166

传真：024-23505619

邮箱：tlir@tolybread.com

联系地址：沈阳市沈河区青年大街 1-1 号沈阳市府恒隆广场办公楼 1 座 40 层

二、公司基本情况

桃李面包成立于 1997 年，于 2015 年 12 月 22 日在上海证券交易所成功上市。公司主要经营面包及糕点、月饼，是一家致力于烘焙食品生产、加工、销售的综合性公司。经过多年的耕耘和积累，公司核心产品面包及糕点所使用的桃李品牌已成长为跨区域的全国知名面包品牌。截至目前，公司拥有 36 家子孙公司，已在全国市场建立起 30 万多个零售终端，并与主要大型连锁商超和区域性超市保持了长期战略合作，渠道覆盖力行业领先。

根据我国消费者的特性及市场的需求，公司采用“中央工厂+批发”模式进行生产和销售，截至 2024 年 12 月 31 日，公司已在全国 24 个区域建立了生产基地并投入使用。该模式下，公司具有显著的规模经济优势，在面包的细分品类上，聚焦于少而精，追求于单品生产销售规模，大规模的生产可降低公司的单位生产成本，直接销售给商超等终端，可大幅降低公司的销售费用。同时，公司的技术研发人员行业技术经验丰富且队伍稳定，保证了产品质量，提高了公司的产品竞争力。

三、公司荣誉

承蒙社会各界厚爱，公司先后荣获“第十一届中国上市公司价值评选主板上市公司价值百强”、“第十二届中国上市公司价值评选中国主板上市公司价值百强前十强”、“第十三届中国上市公司价值评选中国主板上市公司价值百强”、“第14届中国上市公司价值评选主板价值100强”、“中国轻工业食品行业五十强企业”、“中国轻工业二百强企业”、“第十三届中国上市公司投资者关系评选最佳新媒体运营”“大消费最具成长上市公司”、“2024 全球首发胡润中国食品行业百强榜”等荣誉。

四、公司治理

（一）规范信息披露

公司高度重视信息披露的质量和及时性。严格按照有关法律法规、上海证券交易所和公司《信息披露管理制度》的规定，真实、准确、及时、完整地披露有关信息。为了确保信息的透明度和一致性，公司建立了一套全面的信息披露体系，确保所有重要信息能够及时、准确地发布给所有投资者和监管机构。此外，公司还定期进行内部审查，确保信息披露的流程和内容符合监管要求，从而避免了信息不对称可能带来的风险。既提高了公司的信誉，也增强了投资者对公司的信任。

2024 年度，公司有效履行了信息披露义务，对外披露公告共计 60 份。在满足强制性信息披露要求的基础上，高度重视投资者需求，主动披露环境责任、社会责任、公司治理及经营等信息，持续提升公司信息披露有效性。

（二）内部治理、规范运作

公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号—规范运作》等有关法律、法规的要求，持续完善公司法人治理结构和内部控制制度与控制体系，提升公司规范运作水平。

公司构建了以《公司章程》为基础，以《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等为主要架构的规章体系，制定符合公司管理运营的组织架构，形成了股东大会、董事会和监事会协调运行的治理体系，公司管理层之间权责分明、各司其职、有效制衡的法人治理结构，同时，公司制定了《内幕信息知情人登记制度》、《重大内部信息报告制度》、《信息披露事务管理制度》、《防止控股股东及关联方占用公司资金制度》等日常工作制度，切实保障

全体股东和债权人的合法权益。

2024 年度，公司共召开股东大会 2 次、董事会 5 次、监事会 4 次、审计委员会 5 次、战略委员会 4 次、提名委员会 1 次、薪酬与考核委员会 1 次，上述会议议案全部获得审议通过。

为加强公司治理和内部控制，尽可能确保决策的合规性和风险管理的高效性，定期组织公司控股股东、实际控制人及董监高就相关法律法规、交易所相关规定进行培训。2024 年度参与了辽宁证监局关于独立董事制度改革专题培训、关于举办资本市场财务造假综合惩防专项培训、辽宁上市公司协会关于新“公司法”培训等。

五、安全生产与质量控制

公司通过建立安全生产责任制、加强安全培训、健全的安全管理体系和制度等措施，有效预防了事故的发生。主要在安全管理体系、安全教育培训、隐患排查与治理、事故预防与应急响应等方面取得了显著成效。

1. 安全生产管理

公司深入学习贯彻宣传习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。

2024 年年初全员签订安全生产责任书，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，进一步提升安全管理标准化、规范化、系统化水平。全面推进开展风险分级管控和隐患排查治理体系建设，进一步提升安全管理规范化、信息化水平。2024 年，公司开展隐患排查 1,900 多次，消除各类安全隐患 5,300 余处，有效遏制了安全生产事故的发生。

2. 安全生产培训

公司年初制定本年度安全培训教育计划，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 消防宣传活

动月”。通过采取多样化形式，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，促进公司安全水平稳步提升。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

桃李面包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。2024年，公司组织开展消防、火灾爆炸、触电、有限空间、机械伤害、特种作业、人员疏散等各类专项和现场应急演练一万余场，参练员工80,000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。

1、消防安全月培训与应急演练



2、班组周安全培训与演练



3、特殊岗位安全培训与演练



六、生态保护

公司深入学习贯彻可持续发展理论，从规划之初就将低碳环保设计理念融入企业发展，明确公司的“双碳”战略方向。通过优化项目设计、能源结构、环境

保护与能源管理等措施，积极推进绿色高质量发展。

（一）环保管理，强化保障

1. 环境管理体系

为预防和控制环境污染，减少环境污染物的排放，公司严格遵守国家环境法律法规要求，持续改进环境行为，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。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、噪声、油品、特种设备等领域的环境管理控制程序。公司所属各单位严格遵守并执行国家法律法规和地方政府相关规定，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，通过持续改进，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

公司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。

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，增强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，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。

（二）发展绿色建筑

公司新建项目将绿色、环保、节能理念贯穿各个设计方面，推广应用节能材料和技术，促使项目高品质绿色化。2018 年至今，公司多个新建项目中公共建筑均执行绿色建筑设计标准，且均满足绿色建筑一星级标准。

项目新建、改建、扩建建筑时，严格遵守国家“固定资产投资项目节能评估审查制度”、“三同时制度”、“工业项目建设用地控制指标”等产业政策相关要求。采用资源消耗和环境影响小的建筑结构，选用耗能低，高性能高耐久性的建材，且充分满足节能设计专篇，减少建材在全生命周期中的能源消耗。

生产基地建设过程中，在节约利用土地、优化土地使用的基础上，充分利用矿渣、粉煤灰等工业废料，减少或避免使用黏土砖，以保护土地并有效利用土地资源。

在节材方面，结构施工与装修工程一次施工到位，不破坏和拆除已有的建筑

构件及设施，装修时避免重复装修与材料浪费。

（三）节能设计及措施

节约和合理用能是公司的一项基本政策。采用先进的节能技术与措施能够有效减少能源消耗量，提高能源利用效率。主要节能技术措施如下：

1、为了减少外围护结构的散热损失，每个项目在建筑立面处理上凹凸较少，在相同建筑体积下，尽可能缩小外表面面积，以求获得最佳的体形系数。尽量采用自然通风降温，以减少通风风机和空调的制冷量。根据各个生产基地项目所在地的气候条件充分考虑自然通风和采光，从而减少空调和照明的使用。通过外围护结构设计，采用高效保温材料复合墙体和屋面以及密封性良好的多层窗，减少建筑运行能耗，相比传统建筑降低能耗 70%-75%，大大减轻环境压力。

2、对采暖热水系统要进行详细的水力计算，确定合理循环泵的流量和扬程，确保水泵工作点处于高效区。

3、散热器选用钢铝复合散热器，换热设备采用高效节能型板式换热器，保证换热面的热传导性，有利于提高设备换热效率。

4、外窗采用氩气 Low-E 中空三层玻璃隔热铝合金窗。在节能上相对于传统单层玻璃窗可以有效的隔离室内外的温度，更加节能。据统计，三层玻璃的隔热效果比双层玻璃高出 30%以上。在降噪上可以很大程度的降低室内外环境噪声对生产及生活的影响。在遮挡紫外线方面，充氩气三层玻璃窗可以有效地遮挡紫外线，可以最大的程度保护人的身体健康及室内原料、设备的完好。

5、项目无功补偿采用集中补偿与就地补偿相结合，补偿后功率因数不低于 0.95，力求供配电系统合理可靠，提高供配电效率。

6、道路照明采用太阳能型，减少电力消耗。

7、选用达到 2 级及以上能效要求的空调冷水机组，替代已选型的未达到 3 级能效要求的空调冷水机组。

8、依据标准《工业锅炉能效限定值及能效等级》（GB 24500-2009），选用燃气锅炉均达到 1 级能效要求。

9、空气压缩机组采用变频且内置热量回收功能，减少能源消耗。

10、工厂内照明用灯具全部选用 LED 灯具。

11、工厂内采用节水器具和设备。

12、工厂用水用电采用分类计量，根据计量要求设置电表、水表、以及设备流量和压力等计量器具。

（四）环保设计及措施

公司坚信绿水青山就是金山银山，不断完善环境保护相关设计内容，积极应用生态环保新技术材料，不断降低污染物排放，降低对环境的影响。通过咨询编制《环境影响报告书》，深入分析工厂运营过程中的各方面数据，进而采取相应的处理方案，自觉履行保护环境的义务。

各公司加大环保投入，积极推广高能效、高标准生态环保设备和技术应用，使环保指标远高于国家标准或地方标准，致力于构建绿色发展的长效环保机制。

1、各公司重视清洁能源设备使用，通过提高清洁能源设备占比，实现绿色环保生产。增加清洁能源设备，减少对二次能源设备的依赖，努力提升能源效率，践行绿色低碳发展。

2、各公司加强废气污染防治，加强环保设施运维，提高排放标准。在生产运营过程中废气主要来源于燃气锅炉废气和食堂厨房炒菜过程产生的油烟。锅炉采用高能效的低碳燃烧器，废气排放指标远低于《锅炉大气污染物排放标准》（DB37/2374-2018），食堂采用高能效的油烟净化器，油烟排放指标远低于《餐饮业油烟排放标准》（DB37/597-2006）。

3、各公司及厂区内均建有污水处理站，日处理能力约达 300 吨。部分经过处理后的清水被用于绿化灌溉，有效减少了水资源的消耗。污水主要来源于设备清洗，首先进入污水处理站进行处理，确保其水质符合项目所在地环保部门规定的城镇下水道排放国家标准或地方标准后，再排入市政管网。污水分别在预处理阶段去除大量的浮油及粒径较大的漂浮物，再进入调节池，均匀水质、水量，为后续处理提供均匀水量。污水进入厌氧池，在厌氧菌作用下将水中部分有机物降解，使难于生物降解物质转化为易于生物降解的小分子；污水进入兼氧池，进一步硝化；兼氧池出水进入好氧池，在微孔曝气装置提供氧的条件下，好氧微生物将剩余有机物进一步分解为二氧化碳和水。好氧池出水进入接触氧化池，进一步处理后，出水经污泥浓缩进入清水池。

4、各公司有效处置社会废弃物，包括生活垃圾、生产固废等社会废弃物，实现废弃物“无害化、减量化、资源化”处置。通过委托有处理资质单位处置，实现变废为宝。

5、各公司积极编制环保应急预案报告书，通过咨询有资质的咨询单位，结合自身环境风险修编环境综合预案、专项预案及现场处置方案并开展演练，提升突发环境事件的应急处理能力。

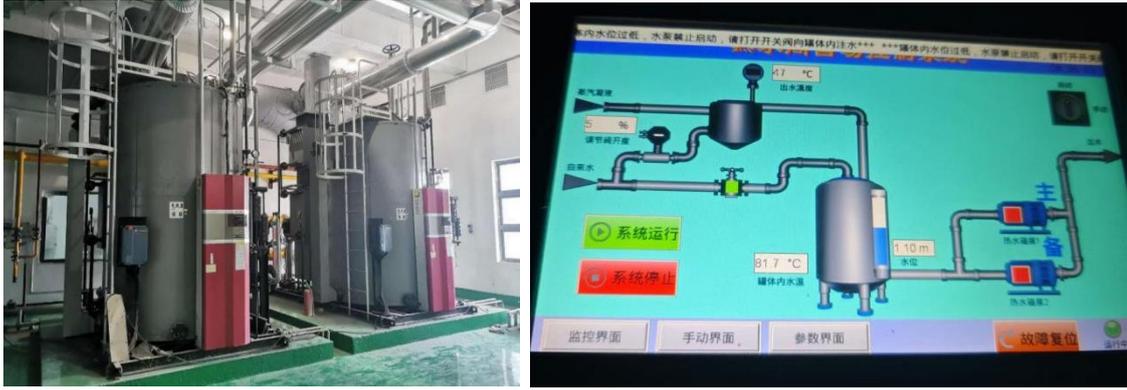
6、各公司采用环保型制冷剂，针对工厂制冷相关的设备设施，选用环保冷媒，减少对大气的污染。

7、公司对消声隔振设施进行了优化设计，空调机组部分：空调设备均选择低噪声产品，并在送风、回风、新风管上加消声器。同时，在新风口处加消声窗，机房做吸声处理。在每台空气处理机组下垫橡胶减震垫。回、出风管上加柔性接管，水管上设不锈钢减震接头。通风部分：通风机除选择低噪声产品外，还在进排风管上加消声器，机房同样做吸声处理。每台风机均采用减震台座，吊装风机箱设减震吊架。进、出风管上设柔性接管。

（五）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，桃李面包高度重视大力发展循环经济实施；第二，桃李面包各单位按照“资源化、再利用、减量化”的原则，实施了一批循环经济项目；第三，桃李面包按照“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。桃李面包正逐步淘汰落后设备，工厂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。公司采用自动送粉系统通过粉罐车送粉减少面粉袋使用，2024年约节约150万个面粉袋。包材取消纸箱包装，2024年约节约8万个纸箱。锅炉使用低氮燃气锅炉，减少氮氧化物排放，生产清洗用水再利用，冷凝水回收、余热回收等，使公司在循环经济发展上取得成效，2024年约节约生活用水20万吨。



2、绿色供应链管理

选择符合社会责任标准的供应商，定期评估供应链伙伴的社会责任表现，推动供应链伙伴采用环保材料，共同实施绿色采购和绿色物流。加强与供应链伙伴的合作，共同提升整个供应链的社会责任水平。

公司深知，履行社会责任是企业持续发展的重要基石。我们将继续秉承创新驱动、质量为先、绿色发展、共享价值的经营理念，不断提升社会责任表现，为社会的可持续发展做出更大的贡献。

（六）绿色生产，科学发展

本公司始终贯彻绿色生产理念，应用先进的生产设备，且尽可能满足 2 级及以上能效要求，在实现节能减排的前提下同时保证废水、废气、固废、噪音达标排放。同时对垃圾进行归类处理，垃圾房内划分为干垃圾、湿垃圾和可回收垃圾，实现资源的可回收利用。生产区照明分区控制，照度按需设计等等。在公司的每一个角落都有绿色设计的痕迹。

公司坚持科学发展，稳中求进。将以下的节能环保改善方案纳入今后的企业发展中来，从而实现更多的绿色可持续发展方案。

1、光伏发电：改善用电结构，促进公司发展。公司鼓励各公司未来充分利用屋面等闲置区域设计、铺装光伏发电设施，建立光伏电站，智能微电网，实现自发自用，余电上网。减少能源消耗，提高清洁能源占比，实现绿色环保发展。江苏、泉州、广西等生产基地，厂区照明已采用太阳能发电系统减少部分能源消耗。

2、能源管理及回收系统：倡导各公司根据自身生产运行情况，对现有能源使用进行优化，建立错峰用电的储能机制，减少电力系统负荷，减少生产成本。

对各公司的高温烟气排放风机增加烟气余热回收系统，通过水系统板式换热器回收烟气内低温热源，用于生产运营所需要的水，提高能源利用率，创造更大的效益。

3、打造高能效机房：制冷机房能效一直是公司生产运行的重要一环，节能运行是制冷系统的重中之重。2024 年公司积极地同国内知名空调品牌商合作，应用更先进的控制技术，优化现有中央空调系统高效运行。集团子公司江苏桃李面包有限公司在 2024 年率先完成了空调机房技术更新，改造完成运行后并经由第三方鉴定机构依据 JGJ/T 177-2009 《公共建筑节能检测标准》、T/CECA20026-2023 《高效空调制冷机房系统能效监测与分级标准》、GB/T 28750-2012 《节能量测量和验证技术通则》对制冷机房系统进行现场检测并出具了检测报告。在空调制冷季 2024 年 6 月 5 日—9 月 24 日与去年同期对比数据得出，空调系统节约用电 717764 度，节能率 34.7%。

4、加强清洁能源使用：倡导各公司关注清洁能源设备设施，淘汰高能耗设备设施的同时，鼓励应用采用清洁能源技术产品，减少污染物的排放，创建更好的生活环境。

5、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，增强员工环保意识，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。

七、始终坚持以员工为本的企业价值观，对外拓宽人才引进渠道，丰富用工形式，勇担社会责任，致力于同员工共同发展

公司承诺遵守国家劳工、健康与安全、环境、道德规范及其他社会责任的法律法规，遵守国际公认的相关标准以及其他适用的行业标准和国际公约。公司根据行业标准制定符合劳工条件、健康与安全、环境安全、道德规范的公司政策、生产工序和工作环境，持续改善工作条件，提高员工福利，同时提供各项职业技能提升、管理能力进阶、个人成长辅助的培训资源。

（一）着力提升人才引进，全面拓宽引才渠道

公司坚持招聘流程公开透明化，招聘用工渠道多源化。在公司规模、业绩不断增长之下，为社会持续提供优质就业岗位，缓解就业压力。持续改善录用通道，

深耕校园招聘渠道，满足应届生的求职需求；精耕社会招聘渠道，满足各层级用人需要，力求多方共赢。



入校现场招聘

1、深耕校企合作，承建择业“灯塔”

高校共建产研基地，公司内部经验丰富的管理、销售、生产等优秀员工，承担合作院校的专业课程教学、研发等工作。同时提供就业指导、职业生涯规划等实战课程，为在校生赋能，为毕业生捋清就业思路，提高就业质量，承担就业辅导责任，甘当就业“灯塔”。2024年累计提供在校实习岗位1500余个，应往届毕业生签约超400人。



课程共建研讨

2、定向人才培养，促进三方共赢

建立个性化人才培养长效机制，持续深化目标院校合作，用行业新需求、新动态等反哺学院理论教订单式人才培养与传统教学相结合，把目标人群培训培养前置化，培养善“实战”、善“学习”、善“适应”的多栖人才，缩短毕业生与企业的磨合期，培养来之能战，战之有效的高质量绩优人才，致力于促成校、企、生、社会等多方共赢。



(二) 对内持续完善员工培养方式及机制，致力于培养社会化、专业化人才

公司始终坚持“专业敬业、和谐高效、人尽其才、共同发展”的人才理念，奉行“尊重、信任、幸福、成长”的人本观，倡导领导与员工之间，互相尊重、相互信任；为员工营造幸福的生活环境和工作环境，引导员工进行职业生涯规划，为员工成长提供平台支持，实现员工和企业共同发展。

1、晋升渠道公开透明，激发员工活力

建立、打通职业生涯晋升通道，引导员工职业生涯发展的正向途径，推动员工与公司共发展。打造“专业层级”+“管理层级”双线职业发展通道。建立“各职类的胜任能力模型”，统一用人标准，使晋升更加的公平。

2、内训崇实，员工赋能多点开花

(1) 新员工入职培训

通过线上+线下的培训项目，全年新员工 100%覆盖，辅助新人，从走近公司

到走进公司，加速融入过程，从培养端降低用人成本。针对大学生的入职培训，公司建立 6-14 个月的“储备干部成长训练营”，开展多岗位轮岗的学习方式，培养全模块人才。

（2）岗位技能培训

公司强调“一个人的学习力胜于学历，良好的学习力是人才不断成长的重要保证”，依托于内部经验萃取及外部课程导入，持续推动培训体系落地。2024 年度，公司组织生产安全教育培训 2148 场，涉及 50598 人次，人均 48 学时。开展食品安全教育类培训，全面提升生产员工的食品安全意识，保证公司质量安全。2024 年开展食品安全教育类培训 1912 场，培训对象为生产全体人员，涉及 31007 人次，人均 50 学时。

（3）搭建学习平台，加强教育培训

桃李依托各种线上学习、读书平台，对各层级人员组织分类别培训。基层管理人员 2024 年全年累计 157590 学时，开设课程 11 门；关键人才 2024 年全年累计 78908 学时，开设课程 32 门；高层管理人员 2024 年全年累计开展管理技能培训 12693 学时，开设课程 40 门，此外引入外部名企名师入企授课，了解行业动态。



名师入企培训

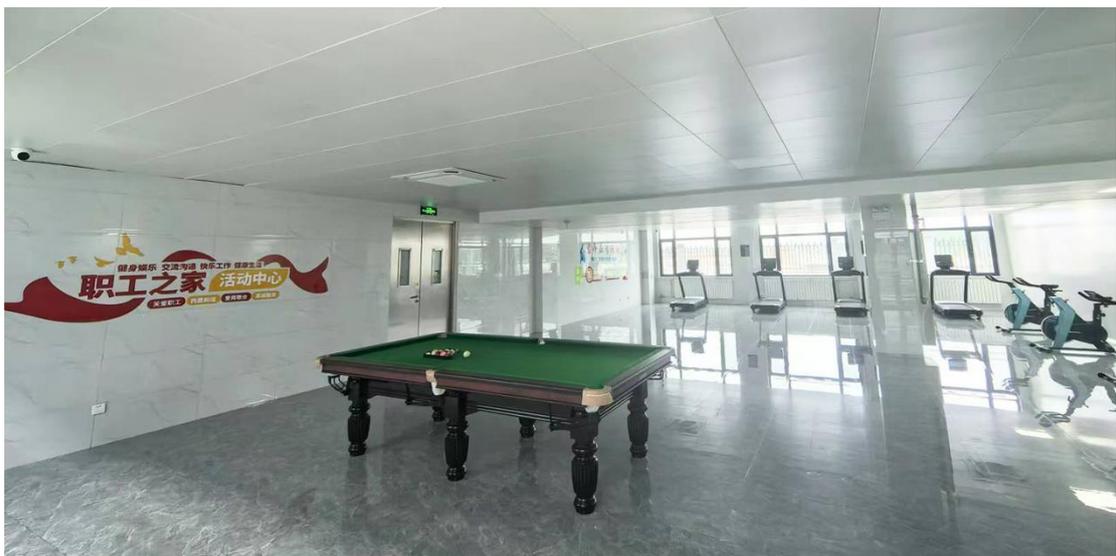


内部转化培训

（三）员工权益：完善经营管理、积极响应员工需求、保障员工权益，努力构建和谐企业

公司公平公正对待不同种族、国籍、性别、年龄的员工，为员工缴纳社会保险、住房公积金，让员工享受到国家规定的劳工福利保障；同时为员工提供良好的职业发展平台，包括培训课程、职业规划和晋升机会等，员工可以不断提升自己的技能和知识水平，提升自己的竞争力，实现个人职业目标。企业曾多次获得劳动关系和谐企业奖章。

为员工提供良好的工作环境，包括自建厂房，厂区环境整洁优美，食宿便利，工作条件安全，办公设施及基础设施完善、并配置室内室外娱乐设施，营造良好的团队氛围，增强员工的工作满意度和幸福感。



员工活动室

企业关注员工心声，畅通员工诉求表达通道，制定及完善各项规章制度，拓宽民主参与渠道，及时了解员工诉求，调动员工的积极性和创造性，让员工参与企业管理、集中员工集体智慧搭建坚实平台。



规章制度征询员工意见

公司注重保护员工的身体健康，建立健全职业健康管理制度，从预防、控制、消除职业病危害着手，以保护从业人员的身体健康为目的，控制作业环境的职业危害因素，在具有粉尘、噪声、气象条件危害岗位作业的员工，发放劳保用品（口罩、耳塞、护目镜）等，定期组织开展职业健康体检，建立台账、加强职工培训，并不断改善工作环境。

（四）薪酬福利：以人为本、结果导向，建立内部公平、外部可竞争的薪酬体系，不断激发组织活力，企业发展成果与员工共享

公司薪酬体系建设一直秉持着传递企业文化、提升组织能力的原则开展。公司不断完善的薪酬管理体系，创建对外有竞争力、对内公平性的薪酬绩效体系。秉持以结果为导向的绩效激励原则，建立科学而有竞争力的薪酬体系。对于绩优员工，给予薪酬、晋升、权限多重激励；同时对标外部薪酬水平，建立不同层次的薪酬激励方案；通过当期激励、长期激励及精神激励等不同方式的高效组合，激发员工工作积极性。进一步提高人效，持续完善薪酬管理体系，保证公司薪酬对外的竞争性、对内的公平性，从而推动公司的持续快速发展。

2024年期间，公司积极践行企业文化，组织各种不同类型的活动，提高了员工积极性，并提升了企业活力。春节期间，发放节日福利，组织千人年会活动；端午期间，发放粽子福利；夏日期间，开展“户外素质拓展活动”、“开展技术创新比赛”；中秋节期间，发放月饼福利。十一期间，组织全体员工体检；此外公司还为一线工人提供劳保物品，并免费提供日常洗衣等福利服务。公司提供丰富充实的团体活动与福利待遇有利于增强员工及团队之间的凝聚力与创造力，提升员工满意度。



千人年会



发放节日福利



技术创新比赛



素质拓展活动

八、投资者关系

(一) 投资者交流

投资者关系管理是上市公司与投资者之间的桥梁和纽带，其本质是通过各种渠道和方式与投资者建立良好的沟通关系，充分发挥投资者关系管理在保护投资者合法权益、提升公司信息披露透明度、树立公司良好形象等方面的积极作用。

自公司上市以来，公司始终重视与投资者的沟通交流工作，并一直把与投资者建立良好的关系作为自己工作中的重点。在与投资者沟通时：一方面收集资本市场的反馈，把市场信息传递给公司管理层，为管理层提供有效的决策依据；在增强公司实力发展壮大的同时，吸引更多的投资者参与企业的资本运作。另一方面向投资者描述公司实时运营情况，让投资者了解公司信息，通过有效地管理投资者来降低公司资本运营成本，改善企业与投资者可能存在的潜在紧张关系。公司高度重视投资者关系的维护，不断提升投资者关系管理。公司认真接待机构及个人投资者，帮助他们全面了解公司经营状况等问题。公司通过线上、线下各种沟通渠道，与投资者保持良好的互动。2024年，公司在上海证券交易所网站上上证e互动专栏中对投资者提出的问题全部进行了解答。

（二）投资者教育及保护工作

投资者是资本市场发展之本，尊重投资者、敬畏投资者、保护投资者是上市公司应尽之责。2024年公司举办了5·15全国投资者保护宣传日活动，并多次组织举办了员工培训活动，员工培训以学习新证券法、关注新证券法修订内容、关注投资者保护为主要内容，鼓励公司领导和员工不断学习。通过学习新证券法，传播了投资者保护的精神，明确了便于中小投资者参与公司决策的各项权利，帮助投资者学会借助投资者保护机构等法律武器维护自身合法权益，提高了投资者的保护水平；公司还在内部及人员流动密集区域采用张贴宣传材料等方式进行宣传，引导投资者理性投资，远离非法证券活动。在加强现场宣传教育的同时，也充分利用上证e互动等网络端对投资者进行宣传教育。

活动有助于投资者了解资本市场，增强风险防范意识，树立理性投资观念，取得了良好的宣传教育效果。

（三）回报投资者

公司高度重视中小股东权益保护工作，坚持积极回报资本市场。现金分红作为实现投资回报的重要形式，是尊重和保护投资者权益的重要体现。持续稳定、科学合理的分红机制对于公司价值认可、质量提升以及资本市场稳定健康发展具有重要意义。2024年公司拟向全体股东每10股派发现金红利1.3元（含税）。截至2024年12月31日，公司总股本为1,599,719,155股，以此计算合计拟派发现金红利207,963,490.15元（含税）。本年度公司现金分红（包括中期已分

配的现金红利)总额为 399,929,788.75 元(含税),占公司 2024 年度合并报表归属于上市公司股东净利润的比例为 76.60%。

公司继续树牢“以投资者为本”的理念,在保证正常经营和长远发展的前提下,落实常态化现金分红要求,制定合理的利润分配政策,增强分红稳定性、及时性、可预期性,与投资者共享高质量发展成果,增强投资者获得感及满意度。

九、企业品牌塑造及宣传推广

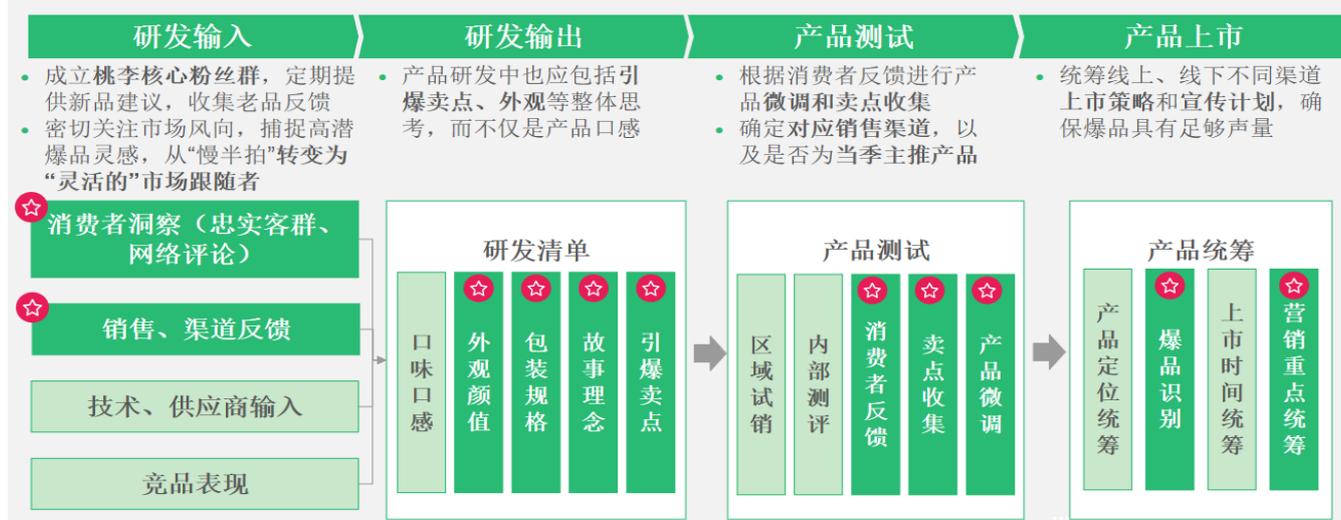
(一) 提升客户满意度

1、客户需求针对性了解

公司始终将消费者置于核心位置,致力于根据消费者需求进行产品研发和执行产品策略。随着生活水平的提升和健康意识的日益增强,消费者对食品的期望已超越了基本的味觉满足,转而更加注重食品对健康的影响。为此,公司自 2024 年 2 月起开始逐步调整产品配方,取消产品中的脱氢乙酸钠。自 2024 年 10 月 21 日(含)起,桃李新生产的所有产品均不再添加脱氢乙酸钠,并已正式对外发布相关声明。此外,从 2024 年 12 月开始,公司将逐步升级产品,引入不含香精和人造奶油的黄油,以自身的创新变革推动整个行业的进步。



建立以消费者为中心的研发生流程，整合端到端的产品策略



2、倾听客户的声音

(1) 为了建立与客户的沟通桥梁，公司已经建立了涵盖查询信息、交易和投诉处理的多渠道沟通系统，确保能够及时满足客户需求。公司提供了多种客户投诉渠道，包括专门的投诉电话、售后服务热线、传真、电子邮件以及在线留言功能。

(2) 为了与竞争对手的客户服务系统看齐，公司设立了全国统一的 400 客服中心。客服团队成员会迅速接听线上投诉和咨询电话，并通过内部工单系统迅速将问题下发至相应的城市管理部门。一线业务部门将迅速响应客户投诉，并安排人员回访以快速解决问题。根据投诉的性质，公司设定了 2 至 4 小时不等的处理时限，无论是处理配送时效问题还是解答产品相关咨询，公司始终致力于达到客户的满意和消费者的信任。公司承诺在售前、售中、售后各个阶段都能及时响应客户需求。

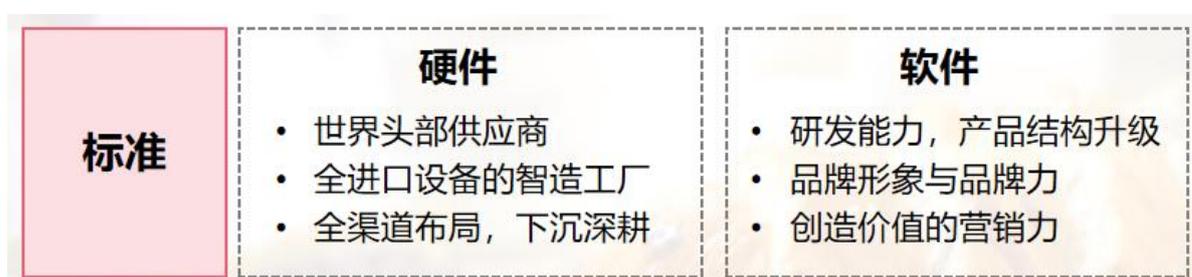
(3) 通过电话或亲自拜访客户，了解他们对公司处理投诉问题的满意度。如果客户不满意，公司会要求团队继续加快改善措施。对于因工作失误或疏忽造成的责任，将按照公司制度进行相应处理，同时公司会全面分析客户投诉的原因，从根本上防止类似问题的再次发生。

(4) 对于已经处理完毕的客户投诉，公司每月会定期进行回访，根据回访结果不断优化和改进服务流程。

3、结合公司战略，不断完善客户满意度的方式

以目标为导向，确立高标准，是引领公司发展的核心原则。所有短期策略、制度和流程都应围绕这一原则展开。通过深入的消费者和行业研究，例如参考《2024 年中国食品饮料行业白皮书》、《2024-2030 年中国快消品行业市场运行态势及发展前景研究报告》以及《艾媒咨询 | 2024-2025 年中国烘焙食品行业现状及趋势研究报告》等权威资料，全面了解市场规模、用户需求、SWOT 分析以及行业发展趋势。基于这些研究，公司制定了相应的营销策略，不仅提升了客户满意度，还优化了资源配置，力求实现资源效益的最大化。

战略设计：以终为始，择高而立，坚持第一标准



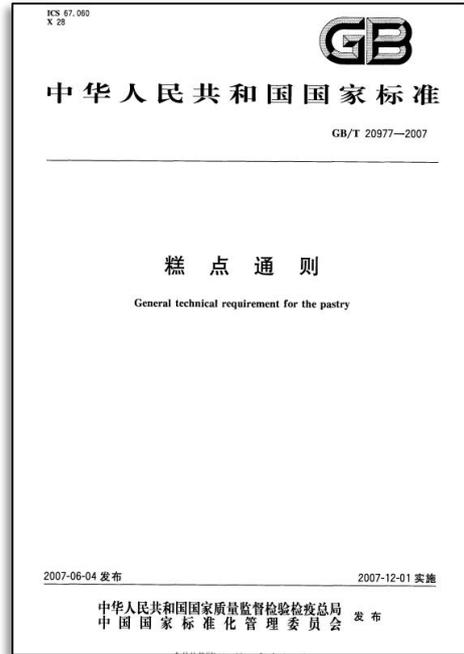
（二）发挥创新主体作用

公司长期以来一直将新产品开发视为重中之重，持续增加研发投入。在 2022 年，公司的研发投入超过了 3000 万元，且这一数字逐年攀升。公司引进了日本和欧洲的尖端生产设备，以提升产品质量，并且定期或不定期地派遣员工前往国内外市场进行调研，参加各类展会，以掌握最新的产品动态，并学习先进的生产管理知识，不断推进技术创新和产品升级。

公司致力于打造明星单品的销售规模，同时在保留经典产品的基础上，紧跟市场趋势，不断推出创新产品。

（三）参与行业标准制定

公司积极投身于国家行业标准的制定工作，与国家部委、高等院校、行业标准化机构、研究机构以及行业协会保持紧密合作，共同制定切实可行的产品标准，旨在规范和促进面包、糕点等食品行业的健康发展。我们参与了《糕点通则 GB/T 20977-2007》和《面包 GB/T20981-2021》的起草工作。



(四) 行业地位

市场地位：桃李面包短保面包全国销量第一。

数据来源于：欧睿信息咨询（上海）有限公司；按 2023 年品牌于中国大陆出厂量（吨）计算。短保面包定义为：保质期小于等于 15 天在零售渠道中销售的预包装面包，不包括商超自有品牌和餐饮渠道产品。

市场地位声明

桃李

桃李面包
短保面包全国销量第一

数据来源于欧睿信息咨询（上海）有限公司；按2023年品牌于中国大陆出厂量（吨）计算。短保面包定义为：保质期小于等于15天在零售渠道中销售的预包装面包，不包括商超自有品牌和餐饮渠道产品。

EUROMONITOR INTERNATIONAL



Zeppelin: Confidential GREEN

TOP-50

31	Toly Bread Co. Ltd.	China	744
32	Agrofert (Penam, Lieken)	Tschechien	730
33	Vandemoortele Group	Belgium	724
34	Brioche Pasquier S.A.	France	692
35	Europastry S.A.	Spain	686
36	SCA VIVESCIA Industries (Délifrance S.A.)	France	672
37	Private Capital (C.H. Guenther & Son)	USA	665
38	Lotus Bakeries Group	Belgium	663
39	Goedhart en Borgesius	Netherlands	660
40	Lambertz-Gruppe	Germany	656
41	Vanobake NV Holding / La Lorraine Bakery Group	Belgium	650
42	Warburtons Ltd.	UK	650
43	SPC Samlip	South Korea	570
44	Fazer Group	Finland	549
45	Anderson Group	Japan	548
46	Bahlsen GmbH & Co. KG	Germany	540
47	Platinum Equity/Biscuit International	USA	530
48	Wilmar International Ltd.	Singapore	515
49	Edeka-Gruppe	Germany	500
50	Bauli S.p.A.	Italy	481
	Others		25.000
			123.282

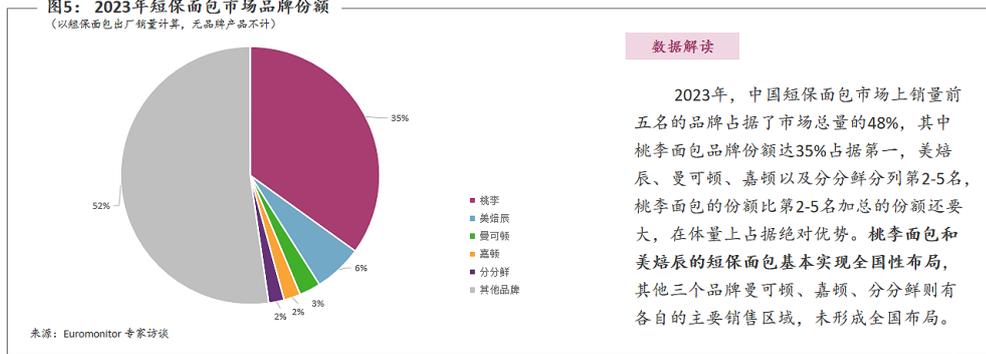
据最新公布的2023年世界面包行业统计数据,在世界50强面包企业排行中,中国的桃李面包跻身第31位,是唯一入榜的中国最大的面包全产业链企业。经调查,桃李面包公司从2020年—2023年,上缴国家税收28.47亿元,直接解决万余人就业,年均销售面包约21亿袋。

2023年中国短保面包市场上销量前五名的品牌占据了市场总量的48%,其中桃李面包品牌份额达35%占据第一,美焙辰、曼可顿、嘉顿以及分分鲜分列第2-5名。

虽然短保面包市场上参与企业的数量较多,但头部效应较明显,排名前五家企业的市占率达到48%。其中桃李面包市场份额远高于其他品牌。

短保面包市场上参与企业的数量较多,但大多数是小型企业,销售范围仅覆盖几个城市,销售规模在千万级别。由于短保行业存在一定的进入壁垒,新进企业数量并不多。随着头部企业的扩张,短保面包市场的集中度在近几年有所提升。

图5: 2023年短保面包市场品牌份额
(以短保面包出厂销量计算,无品牌产品不计)



数据解读

2023年,中国短保面包市场上销量前五名的品牌占据了市场总量的48%,其中桃李面包品牌份额达35%占据第一,美焙辰、曼可顿、嘉顿以及分分鲜分列第2-5名,桃李面包的份额比第2-5名加总的份额还要大,在体量上占据绝对优势。桃李面包和美焙辰的短保面包基本实现全国性布局,其他三个品牌曼可顿、嘉顿、分分鲜则有各自的主要销售区域,未形成全国布局。

十、结语

企业的成长与承担的社会责任是相辅相成、密不可分的,全方位地履行社会责任,更有助于企业品牌和美誉度的提升,促使企业的健康可持续发展。

公司将继续为社会提供高性价比的产品,以“让更多人爱上面包”为使命,以市场需求为导向,充分抓住国民经济快速发展和消费升级的良好机遇,逐步建立并完善布局合理、高效运营的生产基地,不断扩大销售渠道覆盖的广度与深度,满足国内重点市场的消费需求,提升公司品牌影响力,奠定公司在中国面包行业的地位,推动面包行业有序竞争并带动其良性发展。

桃李面包股份有限公司董事会

2025年3月21日