

天味食品
TEWAY FOOD
股票代码 603317

四川天味食品集团股份有限公司

2025年度环境、社会和公司治理报告

用户至上·奋斗为本·开放创新·优质高效·诚信务实

天味食品
TEWAY FOOD



联系我们 CONTACT US

邮箱: dsh@teway.cn

地址: 成都市双流区西航港街道腾飞一路333号

电话: 028-82808188

网址: <https://www.teway.cn/>

目录 CONTENTS

关于本报告 05

走进天味食品 07

可持续发展管理 15

一、可持续发展目标与回应SDGs	15
二、ESG治理体系	17
三、尽职调查	17
四、利益相关方沟通	18
五、可持续发展重要性议题评估	20
六、重要性议题分析结论	22
七、重要性议题风险与机遇分析	24

01 合规治理 坚守经营底线 25

一、公司治理	27
二、商业道德	28
三、合规经营	30
四、风险管理	35
五、知识产权	36

02 绿色运营 共创低碳未来 39

一、环境合规管理	41
二、污染物排放	44
三、废弃物处理	46
四、水资源管理	48
五、循环经济	49
六、能源管理	50
七、生态系统与生物多样性保护	51
八、应对气候变化	52

03 产品服务 匠心守护美味 57

一、食品安全	59
二、客户服务	66
三、数据安全与隐私保护	74
四、研发创新	75

04 员工赋能 凝聚奋进力量 79

一、员工雇佣	81
二、员工福利与关怀	84
三、员工培训与发展	86
四、员工健康与安全	90

05 伙伴共赢 彰显责任担当 95

一、负责任供应链	97
二、行业共进	102
三、社会贡献与乡村振兴	106

06 附录 109

一、定量绩效表	109
二、指标索引	115
三、意见反馈	116





关于本报告

报告信息说明

本报告是四川天味食品集团股份有限公司（以下简称“天味食品”、“公司”或“我们”）发布的第一份环境、社会和公司治理报告。报告阐述了公司可持续发展理念和政策以及2025年在环境保护、社会责任、公司治理等方面做出的努力，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1月1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。

组织范围

本报告的组织范围涵盖天味食品及其下属成员企业的所有经营行为，并与公司2025年年报披露范围保持一致。

数据说明

本报告信息数据来自本公司的正式文件、统计报告与财务报告，以及经由本公司统计与审核的环境、社会及管治信息。

参考标准

- 全球报告倡议组织《可持续发展报告标准 (GRI Standards)》
- 《联合国可持续发展目标企业行动指南 (SDGs)》
- 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告 (试行)》
- 《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》
- 香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告守则》

报告获取

本报告以电子版形式供您阅读，您可以登录上海证券交易所网站 (www.sse.com.cn) 进行查阅。

COMPANY PROFILE

走进天味食品 公司简介

天味食品(股票代码:603317)总部位于四川成都双流区,是一家专注于复合调味料研发、生产与销售的上市企业。公司以“用美味创造美好生活”为使命,秉持“天味出品必是精品”的产品理念,致力于成为全球领先的餐桌美味解决方案服务商。

股票代码:603317

四川成都双流区

“用美味创造美好生活”



BUSINESS LAYOUT

业务布局

公司目前拥有“好人家”“大红袍”“天车”“天味食品专业调味料定制”“拾翠坊”“加点滋味”“一品味享”七大品牌，在家庭用户、餐饮客户心中树立了广泛的品牌认知和良好的口碑形象。

📊 股票代码:603317

📍 四川成都双流区

“用美味创造美好生活”



业务布局



好人家

致力于打造高品质复合调味品第一品牌，作为公司产品的核心品牌，是实现公司主营业务增长的承接者。公司聚焦打造C端多元化美味文化体，为家庭用户提供餐桌美味解决方案。产品矩阵覆盖厚火锅、手工牛油火锅底料、不辣汤、酸菜鱼调料、小龙虾调料、香肠腊肉调料等上百个SKU。



大红袍

作为川味火锅底料品牌，在既有品牌心智基础上强化火锅底料在餐饮端作为基础调料的地位。产品矩阵覆盖火锅调料、餐饮调料、基础调料三大类别，并针对餐饮消费场景提供免费应用教学、菜品开发、生意咨询等配套服务，从产品研发到产品应用提供餐饮餐桌美味整体解决方案。



天味食品专业调味料定制

聚焦连锁餐饮消费市场，以“一切为了连锁餐饮更有竞争力”为业务定位，为大型连锁餐饮类、团餐类、餐饮新零售类、食品工业类等客户提供专属个性化的整体解决方案，致力于成为客户“专属产品管家”，帮助提升客户核心竞争力和满意度。



天车

聚焦酱料类产品，拥有百年酱园，以及酱油、面酱、香辣酱等多条先进生产、包装线，获得商务部颁发的“中华老字号”商标认证。



拾翠坊

控股子公司食萃食品以“拾翠坊”餐饮调料品牌为主，持续锁定B端餐饮复合调味料业务领域，通过“产品+服务”为客户提供一对一的餐饮解决方案，打造一站式餐调供应平台。



加点滋味

控股子公司加点滋味品牌定位为以产品创新驱动的全球风味调味料品牌，以日韩西式风味和创新中式风味为品牌心智，围绕年轻人家用调味打造创新产品。



一品味享

控股子公司一品味享品牌专注于蒜姜风味复合调味料领域，通过为全球顾客提供“安全、安心、健康、美味”的复合调味产品解决方案，打造全球蒜姜风味调味料的开创引领品牌，传递自然本味，引领健康生活。

经过多年的建设和发展，公司建立了线上、线下覆盖全国、全渠道的营销体系和强大的营销网络，形成了以经销商为主，定制、新零售、直营商超为辅的营销架构。我们亦积极拓展海外市场，产品已远销北美、东南亚、东亚、欧洲等50多个国家和地区。完善的营销网络为公司巩固和提高市场占有率、迅速切入潜在市场、推出新产品发挥着重要作用。我们致力于打造全球消费者首选的餐桌美味品牌，用领先的科技、优质的产品专业的服务满足用户需求。

荣誉与成果

奖项/认可	颁发年份	颁发机构/部门
中华老字号	自1995年起	国家商务部
全国百佳质量检验诚信标杆企业	2021年	中国质量检验协会
国家级绿色工厂	2021年	国家工业和信息化部
四川民营企业100强	2021年	四川省工商业联合会
四川制造业百强企业	2021年至2024年	四川省企业联合会
中国农业企业500强	2021年至2024年	农民日报社

奖项/认可	颁发年份	颁发机构/部门
四川省工业质量标杆	2022年	四川省企业联合会
	2025年	
国家级智能制造示范工厂	2023年	国家工业和信息化部
中国食品制造加工行业品牌价值榜单	2024年至2025年	中国品牌建设促进会
两化融合管理体系AAAA级认证	2025年	中国信息通信研究院
四川省经济和信息化厅	“四川省先进级智能工厂（2025）”	
四川省经济和信息化厅	“定制化生产重点企业（2024）”	
胡润研究院	“胡润中国食品行业百强榜（2024）”	
四川省发展和改革委员会	“四川省总部企业（2024）”	
国家标准化管理委员会	“第二批国家级消费品标准化试点项目（2021）”	

可持续发展管理

可持续发展目标与回应SDGs

公司制定了覆盖环境、社会与公司治理维度的中长期战略目标，并定期跟踪各维度下ESG管理目标完成进展，确保可持续发展工作的有效落地，助力公司高质量成长与社会价值共生。

重要性议题	回应SDGs	管理目标	目标进展
数字化与食品安全		1) 确保所有智慧工厂100%通过ISO22000或HACCP等国际食品安全管理体系认证 2) 建立数字化食品安全追溯系统, 实现原材料采购到成品销售全程可追溯	1) 已有100%的智慧工厂通过了ISO22000或HACCP等国际食品安全管理体系认证 2) 已建立数字化食品安全追溯系统
产品和服务安全与质量		客户投诉处理及时率达到95%以上, 确保客户满意度不低于85%	报告期内, 客户投诉处理及时率达到100%, 客户满意度达到87.92%
环境合规管理		确保所有生产基地符合国家环保法规要求, 实现废水、废气排放达标率100%	所有生产基地符合国家环保法规要求, 实现废水、废气排放达标率100%
供应链安全		1) 确保所有供应商100%签署《供应商行为准则》 2) 定期对供应商进行ESG培训, 提升其可持续发展意识与能力	1) 供应商签署《供应商行为准则》比例100% 2) 报告期内, 共展开2次供应商ESG培训
营养与健康		1) 逐步减少产品中人工合成物质的使用 2) 逐步减少产品中钠含量	1) 已在逐步去除产品中的人工合成抗氧化剂、人工合成色素、防腐剂、人工合成甜味剂 2) 部分产品已实现减盐, 且持续开发引进新降盐技术
员工		员工绩效评价频率不低于每年2次	报告期内共进行14次员工绩效评价
社会贡献		持续保持对公益慈善和乡村振兴的投入	报告期内, 公司捐赠共510,963.00元, 员工进行志愿者公益服务760小时

重要性议题	回应SDGs	管理目标	目标进展
水资源利用		计划到2028年将水资源单位收入用量减少约3%	2025年水单耗下降15%, 达到预期目标
废弃物处理		1) 确保所有生产基地废弃物分类收集率达到100% 2) 设定了以“源头减量与资源化”为核心的量化目标, 在报告期末单位产品废弃物产生量逐年降低达到下降10%	1) 所有废弃物均严格实施分类收集、规范贮存, 并100%委托具备合法资质的单位进行资源化利用或无害化处置, 排放与转移处理达标率为100% 2) 在报告期末实现单位产品废弃物产生量降低16.5%
生态系统和生物多样性保护		在供应链管理中优先选择支持生物多样性保护的合作伙伴	所选择的供应商都有严格按照国家法律法规取得各项环保资质
负责任营销		确保所有营销活动遵守相关法律法规, 避免误导性宣传	各销售部门严格执行公司下发的各项营销活动要求, 未出现误导性宣传及公关事件发生
应对气候变化		1) 到2028年将单位收入的温室气体排放量(范围1及范围2)减少约3%	首次测算并披露温室气体排放量, 暂无披露数据
数据安全与客户隐私保护		1) 确保所有涉及客户信息的系统符合国家信息安全等级保护制度要求 2) 客户隐私泄露事件发生率为0	报告期内, 客户隐私泄露事件发生次数为0
能源利用		计划到2028年将水电气单耗减少约3%	25年水单耗下降15%, 电单耗下降3%, 达到预期目标
污染物排放		1) 确保所有生产基地的废水、废气排放符合国家及地方环保法规要求 2) 逐步提高生产过程中废弃物的回收利用率, 目标在报告期末达到50%	报告期内, 所有生产基地的废水、废气排放符合国家及地方环保法规要求; 生产过程中废弃物的回收利用达到54.94%

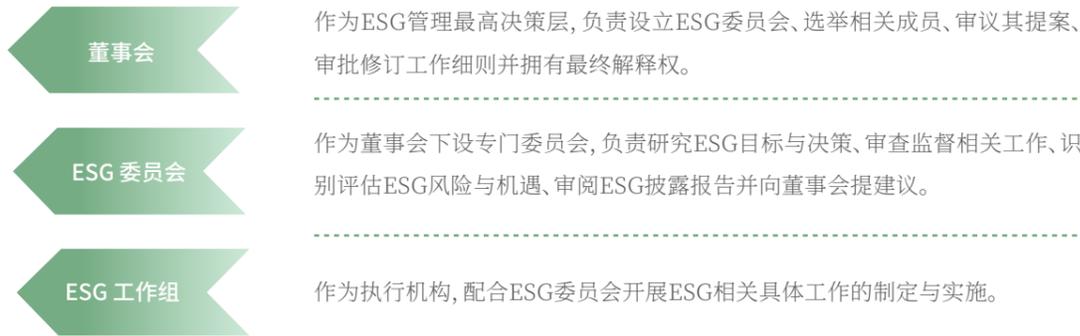
ESG治理体系

天味食品秉持“用户至上、奋斗为本、开放创新、优质高效、诚信务实”的核心价值观，将可持续发展作为重要战略方向，高度重视ESG（环境、社会及治理）管理工作，持续深化董事会在ESG议题中的核心参与度。

公司以经济合作与发展组织（OECD）《跨国企业准则》《负责任商业行为尽责管理指南》、联合国《工商企业与人权指导原则》等国际性政策文件为重要参考，构建可持续发展战略框架，通过与各利益相关方深度对话，推动经营决策、可持续发展理念与各方需求深度融合，助力社会责任与环境保护工作提质增效，切实响应联合国《2030年可持续发展议程》要求，将ESG理念全面融入运营全过程，彰显对可持续发展的坚定承诺。

为进一步完善ESG管理顶层设计、提升管理水平，公司于2025年9月在董事会层面正式设立ESG委员会。ESG委员会由3名董事组成，其中公司董事长担任主任委员，委员经法定提名及董事会选举产生，主要负责对公司ESG目标与决策开展研究、提出建议，审查监督相关工作实施，识别评估ESG风险与机遇，审阅ESG披露报告并向董事会汇报；同时下设ESG工作组，承接具体工作的制定与落地。至此，公司已构建“董事会-ESG委员会-ESG工作组”的三级管理组织架构，ESG管理体系更趋健全，管理效能持续提升。

三级管理组织架构



尽职调查

天味食品始终将可持续发展深度融入公司战略核心，严格对标国际通行准则与国内实践要求，依据相关政策指引中关于可持续发展报告尽职调查的披露规范，对公司业务开展全方位、系统性尽职调查，建立起覆盖就业、劳资关系、人权、透明度、环境、反腐败、气候变化、技术、商业诚信、可持续供应链等领域的动态监测机制，推动可持续发展目标与业务深度融合，为公司高质量发展筑牢合规与责任根基。

负责尽职调查的机构与职责

公司设立ESG委员会作为ESG治理顶层机构，下设ESG工作组，全面统筹尽职调查工作。董事会承担最终责任，授权ESG委员会审议公司ESG战略目标及尽职调查规划，监督流程规范性与执行成效，确保尽职调查的独立性与权威性。管理层通过各职能部门落实具体要求，审计监察部依据《内部审计管理制度》等对核心环节进行监督，形成“董事会—ESG委员会—ESG工作组—业务部门”的多层级职责体系，为全流程工作提供制度保障。

尽职调查覆盖范围

公司构建全链条、多维度尽职调查体系，覆盖自身、子公司及价值链商业伙伴，贯穿投资并购、项目开发、运营管理、供应链协同等核心业务环节，并纳入环境敏感区域项目、利益相关方沟通等专项评估。重点关注数字化与食品安全、产品和服务安全与质量、环境合规管理、供应链安全等ESG实质性议题，同时系统识别质量、经营、市场、财务及环境等风险。

可持续发展风险识别：

公司常态化开展全业务环节自查与专项抽查，重点围绕环境、人权、供应链等方面的“负面影响”进行系统性识别。运用统一方法，从后果严重程度和发生频率两个维度对风险量化评估，形成风险值并划分高中低等级。通过指标比对、场景分析等方式分析潜在风险点，分类梳理并形成动态风险清单。风险识别至少每年更新一次，遇法规变化、重大调整或投诉时动态增频，为分级管控提供依据。

可持续发展风险管理：

基于尽职调查结果和风险清单，公司将可持续发展风险全面纳入整体风险管理体系，构建ESG风险分级管控机制。针对不同等级风险制定相应应对措施，通过制度约束、流程优化、技术升级等手段实施管控。同时建立动态优化机制，持续迭代尽职调查流程、指标体系与管控标准，确保风险应对与公司战略发展同频共振。同时，通过强化风险文化建设、鼓励员工报告隐患、规范信息反馈，形成主动防范风险的长效机制，支撑公司稳健运行。

利益相关方沟通

天味食品深知各利益相关方的意见与期望对公司的运营与发展有着重要的影响，时刻关注内外部利益相关方的意见与诉求，坚持构建多元化的沟通机制，同利益相关方建立紧密联系，通过更多渠道、更多方式与利益相关方积极开展沟通，持续优化公司的可持续发展策略并接受来自各利益相关方的监督，我们已公开进行2025年利益相关方调查问卷发布并回收191份有效问卷。天味食品参考证监会《上市公司治理准则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》以及AA1000SES利害关系参与原则，结合其中对利益相关方的定义和描述，确定了股东/投资者、客户、供应商、员工、政府/监管机构、社区和环境作为公司关键利益相关方的主要类型。

利益相关方类别	沟通方式及频率	期望与诉求
股东/投资者	股东会(不定期) 业绩说明会(定期) 投资者交流会(不定期) 公司官网发布信息(不定期)	产品和服务安全与质量 供应链安全 反商业贿赂及反贪污 环境合规管理 创新驱动
客户	客户满意度调查(年度) 客户拜访(季度) 回应客户投诉(月度) 年度客户大会(年度)	产品和服务安全与质量 营养与健康 数据安全与客户隐私保护 负责任营销 创新驱动
供应商	公开采购(不定期) 供应商访谈(不定期) 供应商大会(年度) 供应商审核(不定期)	供应链安全 产品和服务安全与质量 环境合规管理 平等对待中小企业 循环经济
员工	职工代表大会(定期) 员工培训(定期) 员工考核(年度) 员工意见箱(不定期)	员工雇佣 员工回报与参与 员工培训与发展 员工健康与安全
政府/监管机构	政府项目申报(不定期) 政府调研(季度) 参与行业规划制订(不定期)	产品和服务安全与质量 环境合规管理 供应链安全 污染物排放 反商业贿赂及反贪污
社区和环境	可持续发展报告发布(年度) 公益活动(不定期)	环境合规管理 水资源利用 废弃物处理 生态系统和生物多样性保护 应对气候变化
经销商	经销商大会(年度) 经销商月度审核(月度) 日常汇报(不定期)	产品和服务安全与质量 供应链安全 平等对待中小企业 反不正当竞争 利益相关方沟通

可持续发展重要性议题评估

准确地识别、评估重要性议题是开展可持续发展管理的重要环节,有助于公司聚焦关键领域,明确ESG战略规划与工作重点。2025年,天味食品为完善自身ESG信息披露体系建设,综合考虑当下利益相关方对企业管理与发展的新期望,参考《上海证券交易所上市公司自律监管指引第14号——可持续发展报告(试行)》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》和联合国可持续发展目标(SDGs)、GRI通用准则2021、ISO 26000等可持续发展相关标准,结合所处行业特点和业务特点,开展ESG议题重要性评估工作。

梳理公司活动和业务背景关系:

-  了解公司活动和业务关系,包括公司的产品和服务、战略规划、上游和下游价值链等相关信息。
-  了解外部客观环境,分析公司相关的法律和监管政策,以及媒体报道、同业分析、特定行业标准、研究报告等特定公开文件。
-  了解主要受影响利益相关方,分析现有的利益相关者参与方式。

建立议题清单:

在交易所《指引》设置的21项议题基础上,结合监管政策、区域法规、行业标准,并参考可持续发展长期表现较为优异的同业或价值链上下游公司,增加同业关注度较高的特异性议题,最终形成共计24项的识别议题清单,其中包括:

- 8个环境议题
- 12个社会议题
- 4个可持续发展治理议题

议题重要性的评估与分析：

参考交易所重要性议题识别流程，公司邀请可持续发展领域专家等利益相关方对议题重要性程度进行问卷填写，并结合内部员工对议题重要性程度的评价，分别从财务重要性和影响重要性两个方面对议题开展重要性评估。对于财务重要性，考虑议题是否预期在短期、中期和长期内对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响。对于影响重要性，考虑在相应议题维度的表现是否会对经济、社会和环境产生实际或者潜在重大影响，同时也结合利益相关方调查问卷的结果来对议题的影响重要性进行量化评估。具体地，通过以下两个维度、六个指标的方式对议题重要性进行综合赋分：

财务重要性量化评分表			
财务影响程度	量化打分	财务影响时间范围	量化打分
无影响	0	无影响	0
极小	1	短暂影响	1
轻度	2	近期影响	2
中度	3	中期影响	3
高度	4	长期影响	4
十分严重	5	永久性影响	5

影响重要性量化评分表							
规模	量化打分	范围	量化打分	不可补救性	量化打分	可能性	量化打分
无	0	无	0	很容易补救	0	不可能	0
极小	1	有限	1	短期内相对容易补救	1	轻微可能	1
轻度	2	集中	2	可努力补救(需要时间和成本)	2	一般可能	2
中度	3	中度	3	难以补救或需要在中期内补救	3	很可能	3
高度	4	广泛	4	很难补救或需要在长期内补救	4	非常有可能	4
严重	5	全部	5	无法补救	5	可能性极高	5

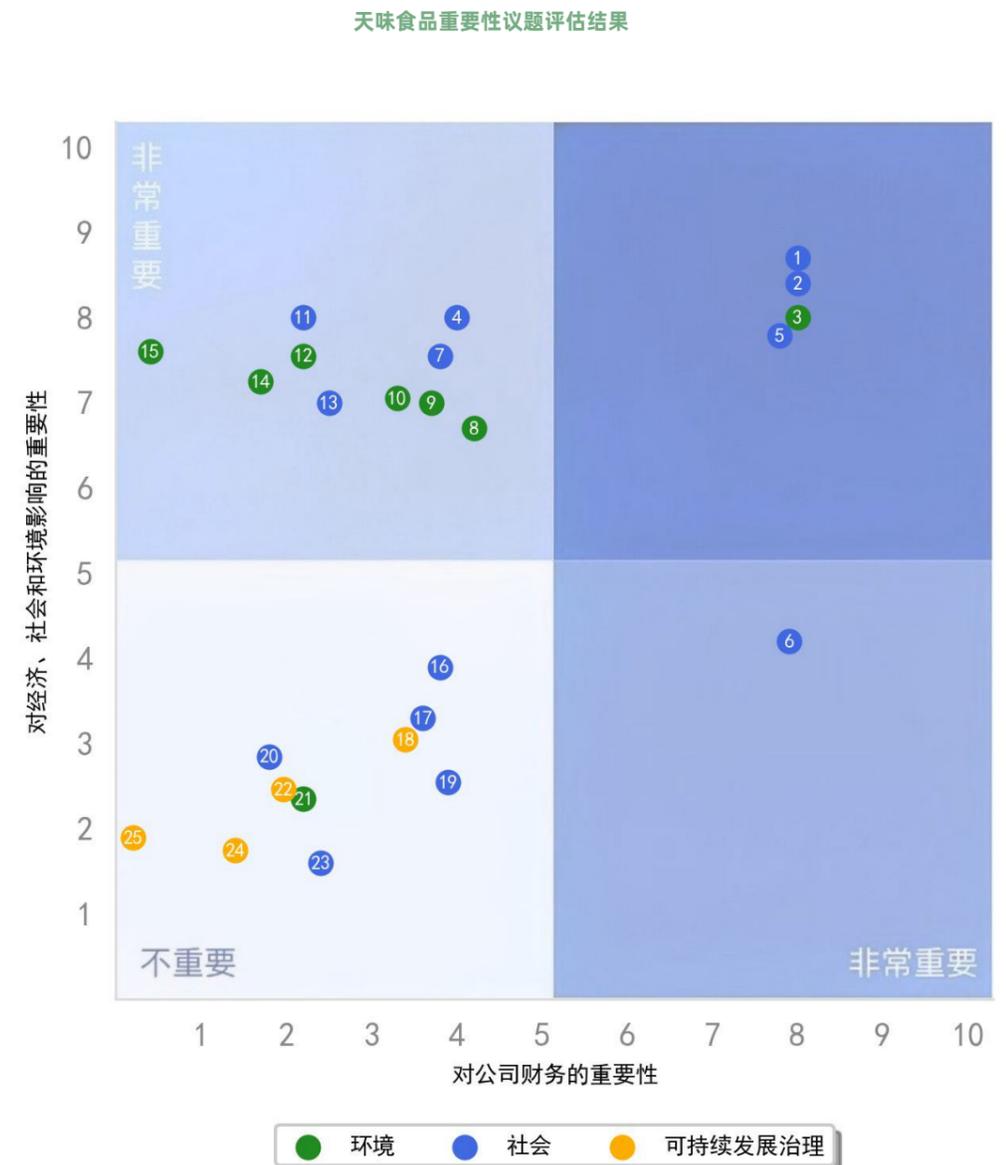
确认重要性议题：

天味食品根据议题评价结果构建重要性分析矩阵，获得议题重要性高低的排序结果，对于重要性高的议题，报告进行重点披露。公司对议题设定阈值，并根据优先级排序，确保了资源能够集中投入到最为重要的ESG议题上，有效推动公司的可持续发展。

重要性议题分析结论

天味食品根据以上评估流程，获得议题重要性判定结果并根据优先级排序，构建重要性分析矩阵，最终筛选出4项具有双重重要性的议题，包括数字化与食品安全、产品和服务安全与质量、环境合规管理、营养与健康。

针对重要性的议题，公司详细制定战略规划，并在报告中进行重点回应与披露，确保资源能够集中投入到最为重要的ESG议题上，有效推动公司的可持续发展。



象限	综合排名	重要性议题	议题归属类型
双重重要性议题	1	数字化与食品安全	社会
双重重要性议题	2	产品和服务安全与质量	社会
双重重要性议题	3	环境合规管理	环境
双重重要性议题	4	营养与健康	社会
财务重要性议题	5	员工	社会
影响重要性议题	6	供应链安全	社会
影响重要性议题	7	社会贡献	社会
影响重要性议题	8	水资源利用	环境
影响重要性议题	9	废弃物处理	环境
影响重要性议题	10	生态系统和生物多样性保护	环境
影响重要性议题	11	负责任营销	社会
影响重要性议题	12	应对气候变化	环境
影响重要性议题	13	数据安全与客户隐私保护	社会
影响重要性议题	14	能源利用	环境
影响重要性议题	15	污染物排放	环境
一般议题	16	平等对待中小企业	社会
一般议题	17	科技伦理	社会
一般议题	18	反商业贿赂及反贪污	可持续发展治理
一般议题	19	创新驱动	社会
一般议题	20	循环经济	环境
一般议题	21	尽职调查	可持续发展治理
一般议题	22	乡村振兴	社会
一般议题	23	反不正当竞争	可持续发展治理
一般议题	24	利益相关方沟通	可持续发展治理

重要性议题风险与机遇分析

我们选取具有双重重要性的议题，对其风险/机遇类型、影响方式、潜在后果进行梳理，具体请参见下表。

议题	风险和机遇	风险/机遇描述及影响方式
数字化与食品安全	风险	1)数据安全漏洞可能导致消费者个人信息泄露, 损害消费者信任; 2)数字化系统故障或网络攻击可能中断生产流程, 影响供应链稳定性; 3)食品安全标准升级带来的技术改造成本增加, 加重企业负担
数字化与食品安全	机遇	1)通过数字化技术提高食品安全追溯能力, 增强消费者信心; 2)利用大数据优化库存管理和预测市场需求, 减少浪费提高效率; 3)智能化生产设备的应用提升产品质量, 满足高端市场的需求
产品和服务安全与质量	风险	1)食品安全事故频发将严重损害消费者健康, 降低消费者对品牌的信任度; 2)质量不达标产品可能导致市场召回, 影响零售商的库存管理和销售计划; 3)供应链中的质量问题可能影响原材料供应商的声誉和业务稳定性
产品和服务安全与质量	机遇	1)通过提高产品质量标准, 增强消费者信心, 提升品牌形象; 2)建立严格的质量管理体系, 为餐饮业客户提供更加可靠的产品, 促进合作伙伴关系的深化; 3)利用先进的检测技术和设备, 提高食品安全水平, 满足政府和监管机构的要求, 获取更多政策支持和市场准入机会
环境合规管理	风险	1)因污染物排放总量控制要求导致的产能限制; 2)因污染物排放量规模较大, 产生高额的环境保护费用; 3)因环保法规不合规而面临罚款、诉讼或声誉损害
环境合规管理	机遇	1)新污染防治技术的开发和应用、开展清洁生产; 2)污染物减量化、再利用、再循环等措施; 3)通过环境合规管理提升品牌形象, 增强消费者信任度
营养与健康	风险	1)消费者对健康饮食意识提高可能导致高盐、高糖、高脂产品销量下降; 2)食品安全事故频发可能损害消费者信任, 影响品牌形象; 3)营养与健康法规趋严增加合规成本, 限制产品配方调整灵活性
营养与健康	机遇	1)开发低盐、低糖、低脂健康产品迎合市场需求, 提升市场份额; 2)加强营养成分研究与标识, 增强消费者信心, 建立竞争优势; 3)参与健康饮食标准制定, 引领行业趋势, 提高企业影响力

CORPORATE GOVERNANCE

合规治理 坚守经营底线

三 第一节

股票代码:603317

四川成都双流区

“用美味创造美好生活”

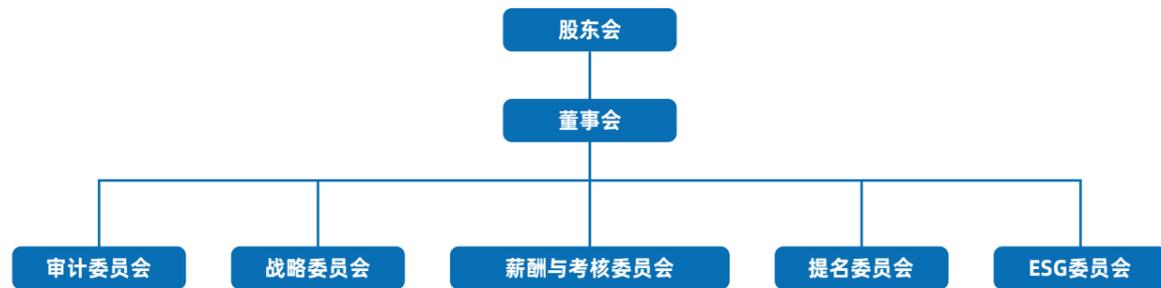


公司治理

公司高度重视信息披露的准确性与完整性，除依法定期披露财务报告、临时公告及各类说明文件外，还会在确保不违反披露规定、且不误导投资者的前提下，主动公开其他有助于投资者进行价值评估和决策的关键信息，以提升公司透明度，展现公司价值与理念。

在投资者关系管理方面，公司根据相关法律法规制定《投资者关系管理制度》，明确管理目标、准则、对象与职责，致力于提升与投资者沟通的专业水平。通过多样化的沟通渠道，公司积极与投资者互动，确保信息流通，价值观念得到有效传达，同时注重与投资者的定期和不定期深入交流，激发投资者的参与和监督，增强彼此信任。公司指定董事会秘书为投资者关系管理负责人，全面负责投资者关系管理工作。投资者关系管理负责人在深入了解公司运作、经营状况及发展战略的基础上，负责策划和组织各类投资者关系活动，并持续关注媒体和互联网相关信息，及时反馈给公司董事会及管理层。公司还建立了投资者关系管理档案，所有活动和交流内容均通过文字、图表、声像等方式记录，并归档。

公司治理架构图



在股东与股东会运作方面，公司严格依照《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》等规定履行股东会的召集、召开和表决程序。股东会采用现场会议与网络投票相结合的方式进行表决，充分保障全体股东，特别是中小股东依法行使表决权。公司控股股东及实际控制人依法履行诚信义务，未发生损害公司及中小股东合法权益的情形。

在董事与董事会运作方面，公司董事会的召集和召开程序符合法律法规及相关制度要求。公司董事积极出席董事会和股东会会议，持续加强对相关法律法规的学习，充分了解并履行董事的权利、义务和责任，切实维护公司及全体股东的合法权益。

报告期内，公司股东会、董事会规范运作，决策程序合法合规；信息披露真实、准确、完整、及时、公平；内部控制体系运行有效，切实维护了公司及全体股东，特别是中小股东的合法权益。2025年，公司共召开股东会3次、董事会会议15次、审计委员会会议7次、薪酬与考核委员会会议5次、战略委员会会议3次。

关键绩效

2025年度

124 场

投资者交流会议

1048 人次

接待调研

29 次

接待调研

投资者回报方面

5.82 亿元

现金分红

1,645 万元

回购股份支付额

105.03 %

现金分红率

2025年度，公司组织了124场线上/线下投资者交流会议，接待了1,048人次投资者和媒体人员的调研，回答了上证e互动平台的投资者问答29次。这些活动有效维护了与投资者的关系，增强了投资者对公司的信任与满意度，助力公司长期稳定发展。

在投资者回报方面，公司根据产业规模和市场占有率的不断提升，建立了有效的股东回报机制，并制定了稳定的利润分配政策。报告期内，公司严格执行《公司章程》及相关法律法规，按照分红政策发放现金分红5.82亿元，以集中竞价方式回购股份支付1,645万元，合计现金分红率达105.03%，公司分红水平不断提升，以实际行动积极回报投资者。

商业道德

商业道德治理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国刑法》等相关法律法规，持续完善并健全廉洁诚信管理架构和机制。公司董事会下设审计委员会，审计委员会下设审计监察部，负责监督管理涉及贪污贿赂、职务侵占、欺诈等商业道德违法行为。审计监察部由副总裁分管，并向董事会审计委员会汇报工作。公司已制定并不断完善相关内部制度，包括《审计工作管理办法》《监察工作制度》《举报人保护及奖励管理办法》《反商业贿赂协议》《廉洁自律十个严禁制度》《管理人员问责制度》《员工违规违纪管理制度》等，明确对商业道德、廉洁诚信行为的管理与约束要求。

公司通过年度审计计划、举报调查和监察巡查等方式，主动识别和防范内部员工、外部供应商、经销商等相关方的贪污贿赂、职务侵占、欺诈等舞弊行为。公司已实施一系列有效的反腐败管理措施，确保公司运作符合高标准的道德与法律要求。

商业贿赂及贪污风险

公司高度重视商业贿赂、职务侵占、利益输送等廉洁风险，结合业务布局、授权管理及外部合作模式，对销售管理、费用使用、经销商管理、供应商合作等关键环节可能存在的商业贿赂及贪污风险进行持续识别和管控。公司通过制度约束、审计监督、举报调查和责任追究等多种手段，防范和应对员工及相关方在履职过程中可能发生的违规行为，维护公平、透明、合规的经营环境。

一旦公司内部发现贪污贿赂等违规行为，公司将依据内部管理制度依法依规采取处理措施，包括解除劳动合同、追偿违规所得、移送司法机关立案调查、对相关经销商扣减费用或实施处罚，并将相关责任人员纳入反舞弊联盟黑名单管理。事后公司还会以负面案例为鉴，持续完善内部控制和廉洁风险防控机制，加强对重点岗位、重点业务和关键人员的监督管理，进一步强化廉洁从业意识，防范类似风险再次发生。

报告期内，公司在内部审计、举报调查和监察过程中，共发现两起涉及商业贿赂、职务侵占的违规事件。

针对上述违规行为，公司依据内部管理制度依法依规采取处理措施，包括解除劳动合同、追偿违规所得、移送司法机关立案调查、对相关经销商扣减费用或实施处罚，并将相关责任人员纳入反舞弊联盟黑名单管理。同时，公司以个案为鉴，持续完善内部控制和廉洁风险防控机制，加强对重点岗位、重点业务和关键人员的监督管理，进一步强化廉洁从业意识，防范类似风险再次发生。

反腐败培训与文化教育

在审计委员会授权下，公司由审计监察部牵头负责反腐败、反舞弊培训工作的组织与实施。公司每年由审计监察部协同人力资源中心，围绕营销、供应链、数字化等高风险业务领域及关键岗位人员，系统开展反腐败和反舞弊相关培训，强化重点领域的风险防范能力。相关培训覆盖高管层、管理层及执行层人员，并将新进员工（包括管理培训生）纳入廉洁教育宣导体系，通过分层分类培训，持续强化员工的廉洁意识和合规意识。同时，公司注重将廉洁要求延伸至业务合作环节，通过在全国各地经销商大会及供应商年度评审大会中开展反商业贿赂宣导，对相关典型场景、违规后果及合同条款进行解读，引导合作伙伴共同遵循廉洁、合规的商业行为准则。

举报人保护

公司制定并实施《举报人保护及奖励管理办法》，建立多渠道举报受理机制。公司同时接受实名举报与匿名举报，并为举报人提供信息安全与保密渠道隔离，确保举报信息的保密性。公司致力于保障所有投诉举报事项均能够得到有效、及时的受理和处理。

在举报处理流程方面，公司对举报事项的响应时间为3个工作日，在工作日内对举报信息进行初步筛查，确定是否立项开展正式调查。调查结束后7个工作日内出具调查报告，对举报事项形成结论性处理意见，并对涉事人员依法依规开展问责处理。

举报途径

- ☎ 举报电话 028-82808113
- ✉ 举报邮箱 sjcb@teWAY.cn
- ✉ 投递信件 💬 当面沟通

合规经营

合规治理体系

公司围绕依法合规经营和规范治理要求，构建了以法律法规、上市规则和内部规章制度为基础的合规治理体系，将合规要求系统性嵌入公司治理和日常经营管理全过程。公司严格遵守《公司法》《证券法》《食品安全法》《产品质量法》《反不正当竞争法》《劳动法》等国家及地方有关法律法规，同时严格遵循上海证券交易所《股票上市规则》《上市公司治理准则》等监管规则，持续提升公司运作和信息披露的规范性与透明度。在此基础上，公司通过建立并执行完善的内部管理制度和行为规范，坚守商业道德和诚信经营原则，为合规治理奠定制度基础。

在组织架构方面，公司建立了由董事会承担最终责任、管理层具体负责、各业务部门共同参与的合规治理架构，并形成覆盖全公司的“三道防线”管理体系。

“三道防线”管理体系		
第一道防线	业务部门	负责在日常经营活动中落实合规要求, 识别和管理本领域合规风险
第二道防线	董事会及其专门委员会 法务及合规相关职能部门 食品安全管理部门	从制度建设、专业管理和监督评价等方面对合规运行提供支持
第三道防线	审计部门	对前两道防线的有效性进行再监督和再评价, 确保合规治理体系有效运行并形成闭环

公司合规治理体系覆盖食品安全与产品质量、财务与信息披露、内部控制与风险管理、商业行为与反腐败、劳动用工等关键领域。公司通过建立食品安全管理体系、执行会计准则和信息披露制度、完善内部控制与风险管理机制、健全商业道德和反腐败制度、依法保障员工合法权益等方式, 将合规要求落实到产品研发、生产、采购、销售及人力资源管理各个环节, 推动公司合规经营和稳健发展。

在运行机制方面, 公司通过持续开展合规培训与宣贯, 提升董事、高级管理人员及员工的合规意识和履职能力; 建立常态化的合规风险识别、评估与监测机制, 动态应对内外部环境变化; 同时, 通过举报与问责机制以及内部审计、管理评审和外部监管检查等方式, 不断优化和完善合规治理体系, 推动合规管理持续改进。

合规培训与文化建立

公司将合规培训与文化建立作为合规治理体系的重要组成部分, 构建了覆盖不同层级、不同岗位的常态化、系统化合规培训体系, 推动合规理念由制度要求向自觉遵循转化。

合规培训对象: 全覆盖与精准化相结合			
培训对象	培训内容	培训形式	培训目标
高层管理人员	公司治理、资本市场法律法规、上市公司规范运作、社会责任与ESG战略、内幕信息管理、商业道德与反腐败。	参加监管部门、证券交易所组织的高管培训; 邀请外部专家进行专题讲座; 董事会集体学习。	确保决策层树立“合规创造价值”、“合规是底线”的理念, 并从战略高度引领合规文化建设。
中层管理人员及关键岗位员工	与业务领域紧密相关的专项合规, 如食品安全法、广告法、反不正当竞争法, 以及采购合规、反商业贿赂、财务内控流程、知识产权保护等内容。	内部专题研讨会、案例剖析会、部门合规自查与汇报。	使其成为本业务领域合规管理的“第一道防线”负责人, 能够识别并管控业务中的具体风险。
全体基层员工	员工行为规范、食品安全与生产操作规程(GMP、SSOP等)、质量意识、信息安全、职业道德、举报渠道和方式。	新员工入职必修课、定期部门例会宣贯、线上学习平台课程、宣传栏、海报、知识竞赛等。	让每一位员工都清楚知道“什么能做, 什么不能做”, 将合规意识融入日常操作的每一个细节。

培训内容与形式：多样化与案例化

“线上+线下”结合

利用数字化学习平台(如内部金塔学院系统)提供标准化课程,方便员工随时随地学习;同时通过线下 workshop、沙盘模拟等方式进行深度互动和演练。

“理论+案例”结合

不仅讲解法律条文和公司制度,更注重收集和剖析内部典型案例和行业内的公开处罚案例。通过“以案说法”,让员工深刻理解违规行为的严重后果,从而引以为戒。

常态化与专题化结合

除了年度/季度常规培训,还会针对新法规出台、新业务开展、或特定风险事件(如某个食品安全问题引发社会关注)组织专题培训和应急演练。

在文化建设方面,公司通过高层垂范、制度保障、持续宣传与畅通举报等多措并举,推动合规理念内化。管理层在各类会议中反复强调合规重要性并给予资源支持;公司将合规职责纳入岗位说明,并将合规表现与绩效考核挂钩;同时,利用多渠道宣传和主题活动营造浓厚氛围。公司设立了独立的举报渠道并严格执行问责,对查实的违规行为依法处理。这一从“知”到“信”再到“行”的完整闭环,使合规成为保护员工、公司及保障未来发展的内在需求和竞争优势。

合规培训——《劳动合同法》企业法律风险讲座



反不正当竞争与反垄断

天味食品积极宣导《反垄断法》及《反不正当竞争法》的核心原则,强化全体员工,特别是市场与销售团队的合法合规与诚信经营意识,致力于营造并维护公平竞争的市场环境。近三年内,公司未涉及任何反不正当竞争或反垄断的败诉案件。

关联交易管理

为规范关联交易行为,防止损害公司及中小股东利益,公司已制定《公司章程》《关联交易管理制度》等一系列制度,详细规定了关联交易的范围、审议、披露及回避程序。公司明确要求所有员工及其家属在涉及持股、任职、业务往来等情形时必须履行回避义务,避免利益冲突。报告期内,公司进行的关联交易均出于正常业务需要,遵循市场公平原则,定价公正适当,并严格履行了决策程序与信息披露义务,未发生损害股东权益的情形。

依法纳税

天味食品将依法纳税视为履行企业公民责任、实践可持续发展的基石,严格遵守国家税收法律法规,并将税务管理作为公司治理的关键环节。

在税务管理制度建设方面,公司根据国家相关法律法规,制定并实施《税务操作规范及风险管理制度》《税务管理组织职责制度》等内部制度,明确税务管理的基本原则和管理要求,对税务登记与注销、发票管理、纳税申报、税务风险识别与应对、税务资料及档案管理以及税务职责分工等事项作出具体规定,确保经营决策和日常经营活动中的税务处理依法合规,提高税务管理的规范性和综合效益。

在组织架构方面,公司建立税务管理委员会,负责对集团层面重大、复杂或具有整体影响的税务事项进行专项审议,并在授权范围内作出决策。同时,公司明确集团税务与各分子公司税务管理的职能定位和职责分工,推动税务政策、管理流程及执行口径的统一,强化集团层面的统筹管理。

在税务风险管理方面,公司遵循“战略导向、全面覆盖、风险前置、专业协同、动态管理”的原则,通过月度报告和重大事项专项判断,对日常税务风险和专项税务风险进行识别、评估和审核,并根据风险等级采取相应的管理和应对措施,持续提升税务风险防控能力。

风险管理

风险管理体系

健全的内部控制与风险管理体系是公司实现规范运作和稳健治理的重要保障。报告期内，公司严格依据《公司法》《企业内部控制基本规范》及其配套指引等监管要求，结合自身特点，制定了覆盖公司各部门及各级子公司的内部控制体系，并确保其有效运行。公司在此基础上积极搭建自身的合规风险管理体系，制定了《审计工作管理办法》《监察工作制度》《管理人员问责制度》等一系列内部控制制度，对经营管理核心环节进行梳理与持续完善，切实提升了企业的合规管理水平。

风险识别

公司围绕质量管理体系的有效运行和持续改进，建立了系统化的风险和机遇识别机制，对经营管理过程中可能影响目标实现的不确定性因素进行持续识别和管理。公司将风险界定为不确定性对预期结果产生的影响，并同时关注风险所蕴含的负面影响（威胁）与正面影响（机遇），通过统一的方法和流程，对风险和机遇进行识别、分析和评价。

在风险识别范围方面，公司在开展风险识别过程中，重点关注并系统识别包括但不限于质量风险、经营风险、市场风险、财务相关风险以及环境因素带来的风险与机遇，其中环境分析涵盖政治环境、经济环境、社会环境及人文环境等方面。各部门结合自身业务特点和管理活动，对生产和经营管理过程中存在的风险和机遇进行全面识别，并将识别结果记录于《风险和机遇评估分析表》和《过程风险机会评估分析表》，确保风险识别覆盖公司运营的主要环节和关键过程。

在风险识别基础上，公司对已识别的风险和机遇进一步开展分析与评价。公司从风险后果的严重程度和发生频率两个维度对风险进行量化评估，其中风险后果严重程度从法律法规符合性、人身伤害、财产损失、停工停产影响及企业形象影响等方面进行判定，风险发生频率则结合历史发生情况进行分级判断。通过风险严重性系数与发生频率系数的组合计算，形成风险值，并依据既定的风险可接受准则，对风险划分为高风险、一般风险和低风险，为后续风险应对提供决策依据。

公司将风险识别与动态管理相结合，确保风险管理的持续性和适应性。风险和机遇的识别、评审和更新至少每年开展一次，并纳入管理评审过程统一实施；在相关法律法规、标准要求发生变化，组织结构、产品范围或资源配置出现重大调整，或发生重大质量事件及相关方投诉等情形下，公司将适时增加风险识别和评审频次。通过持续识别和更新风险与机遇，公司不断提升对不确定性因素的系统认知和前瞻管理能力，为质量管理体系的有效运行和公司稳健发展提供支持。

风险管理文化建设

公司注重在日常管理中强化风险意识，引导各层级人员在履职过程中主动识别和关注潜在风险。管理层通过管理安排和工作要求，推动风险管理理念融入经营决策和业务执行过程。

公司鼓励员工及时报告风险隐患、提出改进建议，并通过规范的反馈和处理机制，促进风险信息在组织内部的有效传递。通过持续的沟通与实践，公司逐步形成以主动识别和防范风险为导向的风险管理文化，为稳健运行提供支撑。

知识产权

知识产权保护

公司高度重视知识产权保护工作，将其作为保障技术创新、品牌建设和可持续发展的重要支撑，构建了覆盖研发、生产、营销全流程的知识产权保护与管理体系。

知识产权保护覆盖领域	
专利保护	公司围绕核心技术持续加强专利布局，重点保护产品配方、生产工艺与设备以及新产品、新技术研发成果。通过积极申请发明专利、实用新型专利和外观设计专利，逐步形成专利组合。同时，公司结合技术特性，合理区分专利保护与商业秘密保护方式：对于易于通过产品分析获取的技术成果，通过专利申请获得法律保护；对于最核心、难以反向工程的配方和工艺诀窍，则纳入商业秘密管理。公司对专利实施生命周期管理，持续跟踪专利有效性，按期缴纳年费，并对不再具备战略价值的专利进行动态调整，以提升知识产权管理效率。
商标保护	公司将商标视为重要的品牌资产进行系统管理。公司围绕“好人家”“大红袍”等核心品牌，以及主要子品牌和产品系列，开展多类别、全领域的商标注册布局，并通过防御性注册和国际注册方式，防范商标侵权和抢注风险。公司持续开展商标监测工作，及时对近似商标申请提出异议，并通过规范商标使用标准，维护品牌形象的一致性和品牌价值。

知识产权保护覆盖领域

商业秘密保护

公司将商业秘密作为专利保护的重要补充,重点保护核心配方诀窍、未公开的技术参数和经验数据,以及关键客户和供应链信息。公司通过物理隔离、权限控制和信息加密等方式加强管理,并与相关员工、供应商和合作伙伴签订保密协议和竞业限制协议,落实最小化知悉原则,降低商业秘密泄露风险。

著作权保护

公司对产品包装设计、广告文案、宣传视频、摄影作品以及官网和软件界面等原创成果进行管理,对重要作品开展著作权登记,为依法维权提供依据。

在管理机制方面,公司由法务部统筹知识产权管理工作,并与研发、市场、生产等部门协同推进,建立并执行《法律事务管理制度》《商标管理办法》《维权打假管理制度》等内部制度,明确知识产权的申请、维护、使用和维权流程。同时,公司通过针对研发人员的专利检索和撰写培训,以及面向全体员工的知识产权和保密意识宣贯,不断提升全员知识产权保护意识。

在风险防控与维权方面,公司通过定期开展专利和商标检索、市场巡查和电商平台监控,及时识别潜在侵权风险。对于发现的侵权行为,公司依法采取律师函、行政投诉、平台举报以及行政或民事诉讼等多种方式进行维权,并积极配合执法机关开展相关工作,维护自身合法权益。

公司已形成多层次、全覆盖、动态运行的知识产权保护体系,将知识产权作为战略性资产进行系统管理,不仅巩固了技术优势和品牌价值,也有效防范经营风险,为公司持续创新和稳健发展提供有力保障。



GREEN OPERATION

绿色运营 共创低碳未来

三 第二节

股票代码:603317

四川成都双流区

“用美味创造美好生活”



环境合规管理

环境管理体系

天味食品坚持可持续发展的企业方针，围绕建设资源节约型、环境友好型企业，注重走资源开发与生态环境保护相统一、经济效益与社会效益相协调的可持续发展之路，积极推进绿色工厂建设。公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国水污染防治法》等法律法规。

公司建立了环境管理体系，每年通过内外部评审查找体系重点薄弱环节或需要调整、充实的环节，并提出改进的措施，以保证体系能够适应不断变化的技术水平、社会要求、运行条件、环境条件等，确保公司体系的持续、有效运行。此外，公司将环保制度（特别是针对废水、废弃物、锅炉废气处理）与已有的食品安全、质量体系深度结合，实现一体化管理。

2025年，公司编制了《一般固体废弃物管理制度》《危险废物管理制度》，组织公司各体系员评审并修订。通过制度审核发布后组织各部门人员学习相关制度规定及要求。

关键绩效

公司通过ISO14001环境管理体系认证。



关键绩效

负责部门

安全环保部是企业环境管理的核心部门，统筹制定与修订环保制度，编制中长期规划及年度计划，监督执行情况并实施考核。同时主导环境风险防控体系建设，牵头突发环境事件应急处置，确保全流程合规运营。

高管/董事会负责情况

环保责任分工明确，层层落实：

第一责任人：董事长作为公司最高领导者，对环保工作负全面领导责任，确保战略方向与政策法规的全面贯彻。

直接领导责任：分管环保副总裁负责日常环保管理工作的监督与执行，推动具体措施的落地，确保环保目标达成。

全员责任制：将环保责任融入各部门及全体员工，并与绩效考核紧密挂钩，形成人人有责、齐抓共管的良好局面。

核心制度文件

公司建立了完善的环保制度体系，包括《一般固体废弃物管理制度》和《危险废物管理制度》，规范了废弃物的分类、贮存与处置流程。同时，编制了《安全环保应急预案》，确保应急响应高效有序。这些制度均得到有效执行，为公司的环境管理提供了坚实保障。

环境风险管理

公司严格遵守《中华人民共和国突发事件应对法》《企业事业单位突发环境事件应急预案备案管理办法（试行）》等法律法规，为规范企业突发环境事件风险评估行为，提高突发事件防控能力，公司制定了《安全环保应急预案》，通过预案实施防止因组织不力或现场救护工作混乱延误事故应急救援，最大限度地保护员工的健康和安全，防止环境污染、减少财产损失。

风险方面：运营若发生意外排放或资源过度消耗，可能引发监管合规处罚、供应链中断（本地农产品供应波动）及社区关系紧张。成都作为生态敏感区与公园城市示范区，环保标准趋严是长期趋势。

机遇方面：领先的环保实践能显著提升“绿色食品”品牌价值。具体机遇包括：通过工艺节水与中水回用，降低对本地水资源的依赖；将有机废渣资源化（如生产饲料），减少填埋对土地的占用。

2025年，公司按照相关法律法规有序推进项目环境影响因素识别与评价，100%完成所有新、改、扩建项目环境影响评价且获得环评批复；未发生任何新、改、扩建项目对环境产生重大影响的事件。公司针对内外审中发现的不符合项建立清单，并明确责任人，确保每一项不符合项都能得到及时、有效的追踪与整改。公司每年定期开展环境事件应急演练全面掌控环境风险因素。

“

危废搬运倾洒应急演练方案

案例

为提高紧急情况下的应变能力，熟悉处置流程及处理办法，天味食品于2025年12月30日开展牛油罐管道爆管泄露应急演练。



”

清洁生产与绿色制造

公司积极创建绿色工厂，任命总裁为绿色工厂最高管理者代表，主要负责分配绿色工厂相关的职责和权限，确保工作有序推进。同时，公司成立绿色工厂推进小组，主要负责制定绿色工厂相关制度文件及绿色工厂绩效，考核成员的工作成果等。在推进小组下设绿色工厂推进成员单位，负责完成年度绿色工厂创建目标。

关键绩效

公司以工信部绿色工厂评价指标为依据，全面完善公司管理体系文件，制定《能源管理制度》等管理文件。依据绿色工厂创建理念，对公司基建、管理体系、能源资源、采购、环境排放等全面规划和改进。



关键绩效

2025年度

433.56 吨

工业固体废物产生量减少

10,857 吨

循环用水使用量

38,505 吨

污水排放量减少

以双流基地为例，工业固体废物产生量2025较2024年减少433.56吨，循环用水使用量10,857吨，全厂污水排放量2025年较2024年减少38,505吨。

污染物排放

公司高度重视污染物排放管理，针对生产全流程的废水、废气、固废及噪声实施分类治理，配套专业处理设施并严格落实达标排放要求，全维度管控污染物排放，严守环保法规与标准。2025年，公司污染物排放均达标排放，不存在违法违规超标排放，排放物均在排污许可允许的排放指标及排放量内。

废水排放处理

公司于2020年投资超千万，建成日处理量达1,200立方污水处理站，并由专人值守、三方维护；监管要求为三级污水排放标准，公司内部要求按照一级标准排放（国家最高排放标准）。

2025年，公司废水排放量为487,802吨（主要为生产废水和生活废水），全部经过处理，合规排放率100%。主要污染物有，pH值、化学需氧量、氨氮、悬浮物、五日生化需氧量、色度、动植物油、总磷、总氮、氯化物。

污染物类别	处理目标	主要处理技术与方式	技术原理简述
废水	降低COD、BOD、氨氮、总磷、悬浮物及特征污染物浓度至排放标准以内	物理法： 沉淀、过滤、气浮。 生化法： 活性污泥法(A ² /O)	通过多级工艺组合，逐步去除水中的悬浮固体、可生物降解有机物难降解有毒物质。

废气排放处理

公司废气主要来源为生产车间、化验室、污水站、锅炉等。针对废气排放，公司建立工厂油烟净化处理系统，斥资超200万投建油烟净化设备于2023年投入使用，并安排双岗进行巡查运行情况，维保单位定期进行维护、保养，确保设备正常运行并达标排放。

污染物类别	处理目标	主要处理技术与方式	技术原理简述
废气	去除颗粒物、氮氧化物、挥发性有机物等	除尘技术： 布袋除尘、水喷淋 VOCs治理： 吸附(活性炭)。	通过物理过滤，将污染物从废气中分离或转化为无害物质。

关键绩效

生产过程中产生油烟经过油烟净化器处理后，符合《饮食业油烟排放标准(试行)》GB 18483-2001)表2中最高允许排放浓度标准，排放浓度<2mg/m³，锅炉均为低氮燃气锅炉，锅炉废气排放满足《成都市锅炉大气污染物排放标准》(DB51/2672-2020)，2025年未发生超标排放现象。

噪声排放处理

公司生产中使用的各类泵、风机等均选用低噪音设备，并采用隔音、消声、减振等降噪措施，厂界噪声值夜间为47.4--51dB(A)，昼间为55--58dB(A)，符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)3类标准。

污染物类别	处理目标	主要处理技术与方式	技术原理简述
噪声	控制厂界噪声达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》	源头控制： 选用低噪声设备、减振安装。 传播途径控制： 隔声罩、隔声墙、消声器。 受体保护： 为员工配备耳塞、耳罩。	从声源、传播和接收三个环节采取措施，降低噪声的产生和影响。

废弃物处理

废弃物管理架构

公司生产经营活动中产生的主要废弃物包括一般工业固体废物(如食品加工残渣、废弃包装材料)及危险废物(如废机油、含油抹布、实验室废液等)。为规范公司不同种类一般固体废物管理(收集、交接、贮存、转运等环节)，防止在公司内产生的各类一般固体废物污染环境及危害人身健康安全，公司制定《一般固体废物管理制度》《危险废物管理制度》，按“减量化、资源化、无害化”处置原则，落实各类固体废物的收集、处置、综合利用，确保所有固体废物得到合法处置。

废弃物风险与机遇识别

公司作为食品企业，将过期产品、加工副产品及包装物等废弃物的管理视为核心环境议题。经过风险评估，公司认为相关财务影响明确，一次重大食安合规事件可能导致百万元级直接损失与无法估量的市场损失。反之，系统化的资源循环战略，通过降低处置成本与开发副产品价值，实现相关成本节约，并稳固供应链与客户信任，转化为长期竞争力。

风险	废弃物的不当处置会引发食品安全关联风险及资源浪费；主要风险包括严格的食安法规处罚、高昂的专业处置费用及品牌声誉损失。
机遇	废弃物为资源循环起点，通过规范回收过期产品进行无害化处置可规避风险，例如对加工副产品(如菌渣)进行饲料化等资源化利用，可直接减少处置支出并创造新收入。

废弃物管理措施

污染物类别	处理目标	主要处理技术与方式	技术原理简述
一般固体废物	减量化、资源化、无害化	分类收集与贮存： 设置暂存场所。 资源化利用： 废包装物回收、废边角料回用。 合规处置： 委托有资质单位进行综合利用或填埋。	遵循分级管理原则，优先内部循环利用，其次委托外部进行合规处置。
危险废物	安全、合规处置，杜绝环境风险	专项管理： 专用容器、标识、台账。 合规转移： 交由持有《危险废物经营许可证》的单位处置，执行转移联单制度。	实施从产生、贮存、转移到处置的全流程闭环严格管控。

废弃物指标与目标

关键绩效

2025年，公司所有废弃物均严格实施分类收集、规范贮存，并100%委托具备合法资质的单位进行资源化利用或无害化处置。通过执行转移联单制度并保留处置凭证，确保全过程合法合规，排放与转移处理达标率为100%。

目标

公司设定了以“源头减量与资源化”为核心的量化目标：
 实现单位产品废弃物产生量逐年降低；
 一般工业固废资源化利用率提升。

实施进度与措施

源头减量：通过改进生产工艺与加强现场管理，废弃物产生量初步下降。
资源化行动：将菌渣稳定转化为饲料原料，实现资源化利用；同时正在试点对废塑料、废纸箱进行更高效的回收再生。
持续监控：建立废弃物产出月度台账，定期分析数据以驱动持续改进。

水资源管理

水资源管理架构

公司将水资源节约相关要素融入管理决策重要考量，制定了《能源管理制度细则》，其中明确各部门在节水、减排、污水处理方面的职责。面向所有生产基地开展具体节水项目，并监测所有生产基地用水量，每年进行水资源风险识别与评估，尤其关注工厂所在流域的水资源压力情况。2025年，公司注重中长期水资源管理，开展覆盖所有基地的用水情况统计盘查，设定水管理目标。

水资源管理战略

公司制定水资源管理战略，保护水资源质量，确保所有排放的废水均经过处理并符合或严于当地法规标准。同时致力于在生产运营中实现水循环与回用，减少对新鲜水资源的依赖。

风险评估

公司生产运营环节用水主要来自市政供水、循环水等，报告期内不涉及由取水、耗水和排水或储水量变化导致的直接或间接水资源重大影响。

节水措施

公司为提升全员节水意识和参与度，公司积极组织节约用水主题培训，全方位营造节水文化氛围。其余也同步在技术、过程优化、员工培训上不断做改善。

- 1、技术升级：车间清洗用水安装节能型水枪、自来水降温已逐步全部更改为冷却塔循环降温。
- 2、过程优化：实施清洁生产审核，优化清洗流程，减少生产过程中的水耗。
- 3、员工培训：定期开展节水意识与操作规范培训，营造全员节水文化。

节水案例

- 1、蒸汽冷凝水回收至锅炉房二次利用，减少锅炉一次用水量。
- 2、车间清洗用水由一次水改为回收冷凝水二次利用。
- 3、冷却线使用循环水降温等。

水资源管理指标与目标

取水量	45.12万吨
耗水量	45.12万吨
水资源强度	1.31吨/万元营收

目标: 计划到2028年将水资源单位收入用量减少约3%

循环经济

公司积极布局循环经济领域, 在包装材料端持续优化设计、降低单位产品包装强度, 在保障产品安全的前提下推进包装减量化, 预计2026年将轻量化外袋应用至更多产品; 在生产废弃物端聚焦提升综合利用率、减少最终处置量, 2025年工业固体废物综合利用率达1,120.82吨(主要为纸盒、油脂), 并计划2026年将废物综合利用率提升5%。

“

生产的副产品回收再利用

对生产过程中产生的废弃油脂建立了完整的资源化管理系统。通过专业合作的回收网络, 加工过程中的废弃油脂被收集并输送至下游合格企业, 经先进工艺精炼后, 转化为高附加值的航空燃料和润滑油, 实现了废弃资源的高效循环利用。

外箱包装重复使用

(1) 公司积极推进包装材料的循环使用, 将上游采购的油脂类产品外箱进行系统回收, 并经过合规处理后, 应用于公司电商业务产品的外箱包装。此举不仅有效延长了包装材料的使用周期, 降低了一次性资源消耗, 也减少了废弃物产生。

(2) 《环保可回收包装材料的开发》

塑料包装复合膜(袋)的承印薄膜一般为 PET, PA, BOPP 等材料, 而热封薄膜一般为 PE 和 CPP 薄膜。将承印薄膜和热封薄膜采用复合工艺连接在一起后的复合包装材料, 难以回收再利用。通过该项目技术方案的开展和多轮优化测试, 采用MDOPE/VMOPE/PE(三层复合, 每一层均以聚乙烯为基础材料), 通过单向拉伸、真空吸附和吹塑工艺赋予每一层聚乙烯薄膜印刷、阻隔和热封的性能, 聚乙烯成分占比>90%, 从而实现单一材质, 并达到可回收再利用的目的, 目前我司会同上游包材厂已经具备制作以聚乙烯为基材的单一材质技术方案, 并获得莱茵检测“双易认证”优秀等级认证。

案例

”

“

包装材料轻量化

(1) 《高挺度聚乙烯新材料在外袋上的应用》

通过优化内层PE材料的配方结构和加工工艺, 在保持外袋挺度不变情况下, 采用高挺PE替换普通PE, 并首先在公司老坛酸菜鱼调料和靓汤酸菜鱼调料外袋上应用, 其中300g靓汤酸菜鱼调料外袋重量由15.66g/根下降至11.76g/根; 350g老坛酸菜鱼调料外袋重量由12.9g/根下降至11.76g/根; 预计可实现降塑101.78吨/年, 未来该方案还会持续推广。

(2) 《90g小块装火锅底料盖膜成本优化项目》

在保证物理性能指标的前提下, 通过对小块装盖膜易揭材料的材质结构、厚度搭配, 实现盖膜内层PE材料由7丝降低至5丝并应用至我司全系真空吸塑小块装产品中, 材料重量由原0.73g/个下降至0.567g/个, 预计未来可实现降塑13.89吨/年。

案例

”

能源管理

能源管理架构

公司明确设备工程管理部为集团能源统筹核心部门, 牵头制定符合食品行业特性的能源管理制度、能耗预算及设备运维标准; 各子公司(家园、自贡等生产基地)作为执行主体, 结合自身产品线的生产工艺差异, 落实能源数据统计、设备点检、管网维护等具体职责, 形成“集团统一标准+基地精准落地”的高效治理模式。

能源管理战略与举措

公司积极融入“国家级绿色工厂”标准, 建立能源数据统计、监测流程, 每月记录电力、天然气等能耗数据。公司锚定“双碳”目标, 一方面将数字化转型与绿色低碳发展深度绑定, 布局智慧工厂的信息化、智能化升级, 为后续引入物联网、大数据等能源管理技术做准备; 另一方面, 长期规划可再生能源应用例如后续布局光伏等。

“

案例

1、高耗能设备升级：

替换传统蒸汽炒制系统为余热回收式智能炒制设备，既降低设备本身能耗，又通过余热回收二次利用提升能源效率。

2、用能时段优化：

利用峰谷电价差异，将部分生产环节调整至谷电时段，直接减少能源成本。

3、大功率设备精细化管理：

制定“大功率设备管控地图”，在双流生产基地实施“专责专管”机制，覆盖设备的使用、点检、考评全流程，避免设备空载 / 低效运行浪费能源。

4、热能回收：

联动结合余热回收设备与生产流程，实现热能的循环利用，进一步完善能源闭环管控。

”

能源管理指标与目标

- 1、长期指标：参照行业标杆持续优化单位产值综合能耗
- 2、短期目标：通过智能装备 / 工艺优化，实现生产环节能耗同比下降

生态系统与生物多样性保护

公司位于成都双流，运营对区域生态环境的直接影响主要体现在水资源利用与废水排放、能源消耗（供热/制冷）以及固体废弃物（食品残渣、包装物）的产生。对生物多样性的潜在间接影响，在于上述活动可能改变本地水环境与土壤环境，进而影响周边农田、湿地生态系统。

公司将自身运营视为区域生态系统的有机部分，致力于将对生物多样性的影响降至最低。基于公司“与环境共生”的战略，我们设定了以下保护目标与路径：核心目标（至2028年）：实现单位产品水耗降低约3%；厂区及周边可测生物多样性指数（如传粉昆虫种类）保持稳定或有所提升。

2025年，公司具体举措如下：

水资源保护：通过实施工艺节水与中水回用项目，年度水单耗下降15%，有效降低了对本地水资源环境的压力。

废弃物资源化：将生产过程中产生的菌渣转化为饲料原料，避免了其进入填埋场可能引发的土壤与地下水风险。

生态足迹管理：开展全面的环境足迹筛查，量化并持续监控运营对生态系统的直接与间接影响。

绿色供应链深化：将生物多样性保护要求纳入主要原料采购标准，优先采购获得可持续认证的农产品。

应对气候变化

气候变化已成为当下最严峻的全球性挑战之一。全球平均气温持续升高，极端天气事件愈渐频发，全球气候模式深刻转变，气候变化的经济与社会影响逐渐显现，企业运营也面临着气候变化的多重风险与挑战。天味食品将应对气候变化视为提升企业韧性和实现长期发展的战略要务，致力于以可持续发展理念驱动企业和社会绿色转型，化风险为机遇，实现企业、环境与社会共同繁荣。

气候治理架构

天味食品高度重视气候变化带来的风险与机遇，正逐步建立并完善气候治理体系。报告期内，公司首次系统性评估气候变化对企业的影响、风险与机遇。后续计划将逐步完善气候治理架构，明确权责分配，以科学的治理模式推动企业低碳转型，践行企业应对气候变化的社会责任。

气候相关战略

天味食品参照国内外应对气候变化的最新政策要求与行业标准，识别气候相关风险与机遇。

气候相关重大影响

公司经营活动产生的温室气体排放强度较低，对环境、社会和经济造成的气候影响较小。

气候相关风险和机遇

天味食品结合公司业务模式、价值链、行业特征以及利益相关方沟通结果，筛选和识别出企业面临的气候相关风险和机遇，并分析了每项风险和机遇的现期和预期财务影响及其影响时期。预期影响的时间范围分为短期（约1年），中期（约5年），长期（至2050年），分别对应公司下一年度短期发展目标、五年中期发展规划以及本世纪中叶长期发展规划。

公司在评估气候风险机遇的财务状况影响时，认为公司主营业务受气候的当期影响与预期影响总体较小。同时对于预期企业绿色低碳转型投入和回报的定量评估不确定性较大，现有条件不支持定量披露，因此下表采用定性方式进行披露。

风险/机遇类型	风险/机遇因子	影响时期	风险/机遇描述	财务影响
转型风险	气候政策	短期、中期、长期	受更加严格的气候政策监管,企业需增加碳管理、碳减排、碳披露等方面投入	现期:本年度开展碳核查与气候相关披露工作,支付对应人工与咨询成本; 预期:每年需要固定支付碳核查与披露成本,预计中期加大成本投入完善碳目标与碳管理系统
	低碳技术转型	短期、中期、长期	公司为实现绿色转型,需增加低碳技术投入	现期:本年度投入成本用于生产运营节能改造; 预期:短期和中期持续投入成本用于生产技术低碳转型,长期已基本实现低碳转型,投入成本减少
	原材料供应	短期、中期、长期	公司上游供应商涉及农产品,易受极端天气影响,其供给与价格波动将传导至企业生产成本	现期:公司当前原材料价格并未出现明显波动; 预期:短期至长期,公司通过可持续采购策略,预计原材料价格波动对采购成本影响有限

风险/机遇类型	风险/机遇影响时期	风险/机遇描述	财务影响
急性物理风险	极端高温	短期、中期、长期 极端高温导致区域电力紧张,引发工厂停产; 极端高温威胁户外作业人员健康; 极端高温加剧厂区火灾隐患	现期:公司报告期内资产与运营未受到极端高温影响; 预期:公司主要生产运营均在室内,预计高温对短期至长期的财务影响有限
慢性物理风险	平均气温上升	长期 气候变化导致高温出现频率增加、强度增大,威胁员工健康; 持续高温增加工厂制冷成本	现期:公司报告期内生产运营未受到气温升高影响; 预期:预计短期和长期气温升高影响有限,长期将小幅提高公司制冷成本,但对工厂内生产运营不构成明显影响
	水资源短缺	长期 公司主营业务对水资源需求较大,干旱可能导致用水费用增加,甚至导致运营中断	现期:公司报告期内生产运营未受到干旱影响; 预期:公司生产基地位于市区,供水条件完备,预计干旱的短期至长期财务影响较低
机遇	提升资源利用效率	短期、中期、长期 绿色低碳转型提高能源与资源使用效率,实现节能降耗、降低运营成本	现期:单位产品能耗降低,节省运营成本; 预期:短期至长期资源利用率持续提高,降低运营成本
	企业韧性	短期、中期、长期 公司具备更强气候韧性,有效控制气候相关风险,吸引长期投资者与稳定客户	现期:公司因气候风险造成的财务损失较小; 预期:短期至长期,气候风险造成公司财务损失整体可控,市场规模稳步增长

气候减排措施

为减缓气候变化,降低企业碳排放,天味食品开展多项节能减排工作,包括生产设备节能升级、倡导绿色办公、建设绿色物流等,有效降低企业生产经营排放强度。公司开展多项节能减排工作,从生产设备的节能升级,到全员参与的绿色办公,再到高效低碳的物流体系建设,每一步都致力于减少企业的碳足迹。

生产设备节能升级

公司通过升级制冷系统以防止含温室气体的制冷剂泄漏,并逐步替换为低温室气体潜势的环保制冷剂;公司完善三级计量监测,通过精准管控能源使用实现节能减排;实施热能回收,通过将空压机的热能回收对水加热利用,减少天然气锅炉的燃烧排放。

绿色办公

公司总部及主要办公场所全面推广使用LED节能灯具,降低全年照明用电;严格执行空调温度控制标准(夏季不低于26°C,冬季不高于20°C),并通过对中央空调系统的分时分区优化,实现有效节能;倡导员工短时离开即关闭显示器,下班后切断所有非必要设备电源;倡导绿色差旅,优化公务出行审批流程,鼓励优先采用视频会议等线上沟通方式。



绿色物流

公司积极响应国家《“十四五”现代物流发展规划》号召,在供应链各个环节推行节能增效措施:

计划端	建设智能化系统,实现计划到发运的自动化功能; 优化发运产品货源结构,自动计算最优运输线路,提升单次发运车辆装载率,减少碳排放
运输端	积极推动零担、快运、快递、整车、拼车、公铁联运、水陆联运等多种运输模式,充分利用社会运输资源; 鼓励承运商使用新能源车型应用到市内配送、园区短驳等运输场景
仓储端	公司自行建设两座现代化智能立体库,通过智能化仓库管理系统管理仓库库存数据、订单数据、优化存储策略和作业路径; 通过仓库控制系统调度智能搬运设备、AGV等协同作业,实现仓库高效运行,提高库内作业工具自动化程度

指标与目标

报告期内,公司采用排放因子法,使用国家标准《温室气体排放核算与报告要求》提供的燃料排放因子开展温室气体核算,结果如下:

按燃料披露数据计算碳排放	单位	2023年	2024年	2025年全年
范围一	tCO ₂ e	12,463.70	13,303.75	12,466.51
范围二	tCO ₂ e	13,189.38	13,632.71	12,860.50
合计	tCO ₂ e	25,653.07	26,936.46	25,327.01

PRODUCT SERVICE

产品服务
匠心守护美味

三 第三节

股票代码:603317

四川成都双流区

“用美味创造美好生活”



食品安全

营养与健康

公司锚定“健康中国”国家战略与食品行业“天然健康、成分透明”的发展趋势，将产品健康化纳入核心发展战略，以技术革新推动产品价值升级。通过全面剔除传统产品原料中的防腐剂，系统性引进低脂肪酸油脂、代糖原料并创新风味协同技术，实现减盐、减油、减糖的健康化突破，同步推进标签清洁化改革，契合消费者对健康饮食的核心诉求。

立足原料创新与工艺优化双轮驱动，公司深耕无工业添加的纯底物开发，既强化产品自然浓厚风味，又夯实健康营养基底；同时以提取模块原料替换传统原料，从源头破解黄曲霉毒素超标等行业性安全痛点，构建产品安全与风味的双重竞争壁垒。截至目前，产品风味优势提升达成率达85.25%，实现了健康属性、安全标准与消费体验的协同升级，引领行业向高品质、健康化方向转型。

产品质量相关治理

管理体系构建：公司将产品质量管理置于核心地位，持续优化管理工作流程，全力保障产品安全优质，维护消费者合法权益。本年度，集团未发生任何对经营产生重大影响、违反产品质量或消费者权益保护相关法律法规的产品责任诉讼。公司设立“一把手”负责的两级食品安全决策机构，在原有食品安全委员会基础上，增设两级食品安全总监，各环节配备相应食品安全员，食品安全管理团队规模达150余人。

风险防控机制：在食品安全风险动态防控方面，公司将“日管控、周排查、月调度”要求与原有GMP卫生检查、QCP 质量巡查等管理要求深度融合优化，建立“数据驱动 + 规则驱动”的食品安全风险动态监测体系。同时，严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范》等法律法规，并以《食品安全国家标准 复合调味料》(GB31644-2018)、《鸡精调味料质量通则》(GB/T45352-2025)、《酱油质量通则》(GB/T 18186-2025)等产品标准为基础，持续完善产品质量和食品安全体系。

制度修订完善：公司持续推进质量管理体系构建与优化，本年度重点全面修订与完善《质量体系管理手册》《内部审核控制程序》《管理评审控制程序》，提升质量与食品安全管理体系成熟度与运行效能。在内审方面，将集团体系内审频次由每年1次提高至每季度1次，同时将体系内容分解为38个管理模块，结合管理要求和质量风险水平制定各模块内审频次，确保各生产单元质量体系风险得到充分识别和确认。此外，重新梳理和识别HACCP管理手册，提升原料风险评估与生产过程风险评估的结合度，使风险管控贯穿端到端每个生产节点。

法规合规应对：公司密切关注法律法规变更与新增情况，2025年针对国家新发布的《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》(GB14881-2025)、《食品安全国家标准预包装食品标签通则》(GB7718-2025)、《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》(GB28050-2025)及《食品标识监督管理办法》等法规，建立完善合规评价体系，开展条款分解、新旧标准对比、全流程差距排查工作，针对性优化生产管理、标签设计、检验检测等关键环节，实现法规要求与生产经营深度融合。

体系认证工作：公司积极开展体系认证，满足国内外市场客户对产品食品安全和质量管理的认证需求，紧跟最新权威的国内外管理体系要求。

本年度各工厂认证情况如下：

四川天味食品集团股份有限公司：

通过 HACCP 体系认证、ISO 22000 食品安全管理体系认证、ISO 9001 质量管理体系认证、SQF (食品安全及质量规范) 认证、BRCGS (食品安全全球标准) 认证。

四川天味家园食品有限公司：

通过 HACCP 体系认证、ISO 22000 食品安全管理体系认证、ISO 9001 质量管理体系认证、SQF (食品安全及质量规范) 认证、BRCGS (食品安全全球标准) 认证。

自贡市天味食品有限公司：

通过ISO 9001 质量管理体系认证

四川食萃食品有限公司：

通过 HACCP 体系认证、ISO 22000 食品安全管理体系认证、ISO 9001 质量管理体系认证。

山东一品味享食品科技有限公司：

通过 HACCP 体系认证、ISO 22000 食品安全管理体系认证、BRCGS (食品安全全球标准) 认证。



行业生态参与：公司深度参与行业生态建设，加入中国食品工业协会、中国调味品协会、四川省调味品协会等多级别、多领域行业组织。通过行业平台，加强与产业链上下游沟通协作，投身行业标准研讨、技术创新交流、安全规范推广等工作，为食品及调味品行业规范化、高质量发展贡献力量，同时借助行业资源优势提升自身技术水平、合规能力与品牌影响力。

产品质量管理风险与机遇

公司高度重视产品与服务的安全及质量管控，系统性开展风险识别、评估与影响分析工作，针对关键议题制定了针对性应对措施，具体内容见下表：

风险 / 机遇	风险 / 机遇名称	影响描述	应对举措
机遇	健康化战略推进	顺应消费者对健康食品的需求，契合“成分简单、吃得安心”的消费趋势，通过原料优化、产品配方升级，提升产品健康属性与市场认可度，强化品牌健康形象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 将产品健康化纳入公司战略，坚持“安全第一、健康优先、品质至上”原则，贯穿研发、生产、销售全产业链； 2. 从源头把控原料品质，对核心原料开展成分系统筛查与优化，通过天然原料替代、生产全链路精细化管理，完成17款原料成分精简升级； 3. 针对87款主力产品开展配方重构与工艺迭代，精准优化精简不必要添加成分，保留标志性风味； 4. 持续推进减盐、减油、减糖、清洁标签、有机认证等健康化升级
机遇	产品创新迭代	通过工艺革新、口味升级与产品线丰富，打造差异化产品优势，引领行业发展趋势，满足消费者对美味与健康的双重追求，提升产品市场竞争力与用户粘性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 第三代厚火锅底料采用“厚选原料”“厚焖4小时革新工艺”，打造“3倍厚切牛油”，实现口味革新； 2. 通过配方设计无限组合优化，结合新技术、新设备打磨精品，引领火锅3.0时代； 3. 丰富“鲜”汤料产品线，以鲜番茄为基底创新推出鲜松茸菌汤，提供多元化味蕾享受与健康体验

风险 / 机遇	风险 / 机遇名称	影响描述	应对举措
机遇	清洁标签推进	契合食品行业“天然健康、成分透明”发展趋势，对标国家“健康中国2030”战略，提升产品合规性与消费者信任度，构建技术与品牌护城河，规避同质化竞争	<ol style="list-style-type: none"> 1. 对标国家政策与行业标准，系统性推进产品清洁标签工作； 2. 通过配方优化、天然原料替代、工艺升级，实现多维度突破； 3. 以清洁标签建设形成差异化竞争力，强化品牌独特性与市场优势

全生命周期质量管理流程

公司秉持“食品安全是企业的生命线”理念，将食品安全作为“一把手工程”，对产品上下游实施全链路食品安全风险管理，各环节依托动态风险监测预警机制，实现风险识别、评估、监测、预警、控制、回顾的 PDCA 闭环管控。

产品设计

依托内部历年积累的食品安全风险监测数据，系统梳理并固化原料食品安全指标赋值框架，构建动态赋值机制，实现产品设计端食品安全指标实时评估与预警。通过原料食品安全指标赋值，将风险前移至产品设计端，强化风险管控“预防性屏障”，提升产品本质安全性，同时提高监测数据分析深度与应用价值，推动食品安全管理由被动应对向主动防控转型升级。

原料风险识别评估

建立系统性风险识别、评估方法，从国内外法律法规标准、风险预警信息、国家监督抽检信息、涉红清单、文献数据等多个维度对引进原料进行风险识别，从严重性和可能性对识别风险进行充分评估，坚持源头管理及控制，将风险控制前移。整合多年食品安全实践经验与国内外前沿研究成果，创新性构建“基于污染途径的食品安全预警模型”，该模型以“污染途径”为核心逻辑，搭建覆盖多风险类型、多应用场景的标准化风险管控体系，填补公司在系统性风险预警领域的空白，已深度融入供应商管理、原料风险管控及人才培育三大核心场景，实现“从风险识别到预防控制”全流程赋能。

产地溯源及原料种植

深入强化产地化管理,推进定制化基地种植及产地溯源,通过种植地块土壤和水源评估、农药控制、初加工工厂评审,从源头控制原料质量安全。对原料供应商食品安全风险控制能力实施多维度科学评价,准入优质供应商;准入后采取内部监督抽检、例行检查、飞行检查等形式跟踪确认、监控风险,保障供应链食品安全。引进信息化追溯系统替代纸质记录,对种植基地、育种育苗、种植过程、采收过程、农产品初加工过程等进行信息记录,生成溯源二维码,实现农田到工厂的溯源体系。

供应商现场审核

设立专职SQA(供应商质量管理)部门,构建覆盖全流程的供应商现场评审管理体系,形成标准化评审流程与操作规范,配备专业资质质量审核团队。针对高中风险物料及供应商实施差异化评审策略,依据供应商类别(直接接触包材、食品加工、农产品初级加工)制定专项评审标准,重点核查合规性、质量管理体系、GMP规范、过程控制等核心环节,设置食品安全风险评估专项。对于高中风险物料供应商,严格执行准入评审机制;合格供应商中,高风险供应商每年接受现场评审,中风险供应商每两年评审一次,形成全生命周期质量管控闭环。

工厂质量管理

生产过程中采取多项措施控制与提升产品质量:①采用自动化设备代替人工,如自动配料系统、自动投料系统、AGV运输车、CIP系统等,降低人工操作失误风险;②配置在线检测设备,如自动检重剔除秤、金探机、X光机、日期视觉识别系统、管道磁棒、筛网等质量安全检测设备;③开展风险分析识别,制定过程质量控制计划(QCP),围绕食品安全、合规和质量管控目标,对生产过程各工序实施风险分析,识别食品安全关键控制点(CCP)、关键合规控制点(RCP)、关键质量控制点(CQP)并建立控制计划;④配备专职质量管理团队,开展质量检验、监督、验证分析管理工作。

食品安全风险监测

采用“大数据库+专家研判”的食品安全风险动态监测技术,以严重性、可能性维度建立风险评估矩阵,科学评估、量化风险,确保资源精准投向关键控制点;制定靶向性、动态化风险监测计划,精准锁定风险;实施风险分级预警,快速响应、高效拦截风险;通过多维度风险控制措施形成风险控制栅栏,降低风险;持续开展风险回顾优化,构建六位一体风险闭环管理体系,筑牢食品安全基石。

质量检测

严格执行原辅材料到过程控制、产成品全方位全链路质量检验流程,产品出厂前按标准对每一个产品每一批次进行检验,合格后方可出厂。对原料和产品进行风险抽样监测,杜绝潜在食品安全风险隐患。开展产品保质期长期稳定性试验、产品风味稳定性评价测试,2025年将预防性测试扩展到源头,关注原辅材料变更对质量长期稳定性的影响。2013年实验室正式运行,2018年集团中心实验室首次获得中国合格评定国家认可委员会CNAS证书,2024年通过换证评审;2024年立项投资约400万元改造实验室硬件,改造后占地面积达800平方米。公司不定期开展检测技术专题培训或技术大比武,如微生物知识培训、基础知识竞赛、操作技能大比武等;内部通过案例分享会、技术交流、头脑风暴、厂家交流等方式促进知识共享,提升检测技术精度;同时积极与四川省食品研究院、成都市华测检测技术有限公司等优秀检测机构交流,2025年组织或参加交流不少于20起,涉及GB28050中饱和脂肪、糖检测技术,重金属检测技术等。此外,引进近红外光谱、色差仪光谱等快检技术对原辅材料开展快速验收,引进GC对风味物质进行检测,保障原料质量与风味稳定。

质量文化建设

质量文化是企业质量管理的核心灵魂,是保障产品安全与品质的精神根基。公司始终将质量文化建设贯穿于经营发展全过程,通过多元化活动载体、专业化培训体系,深化全员质量认知,强化全员责任意识,筑牢品质防线,持续增强企业核心竞争力与市场信任度。

(一)质量理念升级培训

315质量日当天,公司特邀国际知名培训机构,为高管、质量管理人员及基层代表量身定制了品质成熟度评估、零缺陷管理变革、质量组织转型升级等专题培训。培训以用户需求为核心导向,深度解读“新质观”对企业价值经营的重要意义,打破传统质量认知局限,为公司质量发展提供了全新的思路与启示,助力全员建立与国际接轨的质量思维模式。



(二) 国际标准落地培训

为推动质量管理体系与国际接轨,提升人员食品安全体系管理能力,公司于4月份开展为期3天的BRCGS食品安全体系专项培训。培训覆盖生产、销售、研发、采购、物流、质量、人资、财务及数字化等关键岗位负责人和业务经理,通过理论讲解、案例分析、实操演练等多元化形式,确保各业务部门全面掌握国际化食品安全管理体系的核心要求与实施方法,并能有效转化应用于日常工作,实现质量管控标准的全面升级。

(三) 内审队伍专业培训

为保障质量体系高效运行,夯实食品安全管理根基,进一步提升内部管控水平,公司于10月份组织开展ISO22000、HACCP食品安全管理体系内审员专项培训。培训聚焦内审工作的核心流程、关键方法与风险识别技巧,通过系统化教学与实战化训练,全面提升内审人员的专业素养与实操能力。培训结束后,公司内审人员均具备ISO22000、HACCP、BRCGS三项食品安全管理体系内审员证书,为构建专业高效的内审员队伍、强化质量体系自我完善能力提供了坚实人才支撑。

不合格产品处理与质量安全事故

公司建立并实施《不合格品控制程序》《质量异常管理办法》《标识与可追溯性控制程序》《产品召回控制程序》《食品安全事故控制程序》等一系列应急准备与响应管理制度,规范从不合格品识别、判定、处置到持续改进的全过程管理机制。

异常处理规范

通过《质量异常管理办法》明确从源头至终端涉及的原辅料及产成品出现异常时的处理流程,配套制定异常品处置记录管理要求,确保每一环节有据可查、责任可溯。通过《标识与可追溯性控制程序》,对原辅料、半成品及成品在生产全流程中的标识内容、方式与管理要求作出统一规范,基于完善的标识体系建立系统化产品追溯制度,明确追溯演练具体标准,包括正向追溯(从原料到成品)与反向追溯(从成品到原料)的路径规范、追溯用时标准及物料平衡率要求。公司每半年至少组织一次双向追溯演练,本年度开展的追溯演练中各项指标均符合既定标准,验证了产品全过程记录的真实性、完整性与可追溯能力。

召回机制完善

进一步健全产品召回管理机制,根据产品可能存在的风险程度划分召回级别,明确各级别启动条件、职责分工与决策流程,规定召回产品的接收、标识、隔离、评估与处置方法,确保相关记录完整可查。定期模拟产品召回过程,检验召回程序有效性与响应速度,根据演练结果及实际召回经验持续优化召回流程,本年度开展的召回演练中各项管理要求均得到贯穿和执行,保障召回制度有效落地。

产品质量管理的指标与目标

指标目标设立

指标目标设立:指标和目标的设立承接天味对产品放心与美味的食品安全质量战略定位,建立食品安全合规、消费者质量投诉率、产品喜好度的集团质量安全目标,并根据各部门职责将集团目标分解到从一级部门到一线员工的各层级承接目标,确保集团目标在执行层面有效承接。

激励与复盘机制

每年天味食安中心组织各部门针对重点食品安全和质量项目,成立专项质量改进小组,设立质量改进激励方案及专项奖励资金,对完成项目目标及达成结果良好的项目进行专项奖励。每月通过集团质量分析会、季度食安委会对目标达成结果进行月度和季度复盘,建立动态质量持续改进机制。本年度集团三项质量目标均达成,政府各项抽检合格率保持100%。

客户服务

客户服务治理

新零售事业部客户服务治理:以“全渠道协同、客户至上”为核心,通过标准化规范、全流程管控及持续改进机制,构建优质服务体系。

服务人员素养

职业形象符合统一标准,仪容洁净大方,举止端庄稳健;职业态度坚持“客户至上”,主动热情且一视同仁,沉着应对客户情绪波动;职业技能方面,具备清晰沟通、精准理解需求的能力,熟练掌握商品知识与问题解决技巧。

全渠道服务规范

线上服务保障响应时效,咨询解答准确全面,订单确认、修改及物流更新及时;线下服务涵盖迎宾问候、精准商品推荐、高效收银结算等环节,维护整洁有序的购物环境。全渠道协同方面,会员信息与权益线上线下同步,支持线上下单自提、门店下单配送等履约方式;跨渠道问题处理建立快速响应机制,确保客户在任一触点获得一致服务。

投诉处理机制

遵循“礼貌接待、认真核实、高效解决”原则，实行标准化流程：倾听记录投诉细节、调查核实问题成因、沟通解决方案并及时反馈；合理诉求快速解决，无法满足的诉求耐心解释。问题解决后跟进客户满意度，重大投诉形成书面报告，定期汇总案例分析薄弱环节，推动服务优化。

质量监督与改进

建立多维度评估体系，通过客户满意度调查、神秘顾客暗访等方式评估服务质量，结果与绩效考核挂钩；定期开展专业知识、服务技能培训，鼓励经验分享与互助学习。多渠道收集客户反馈，将合理建议融入服务改进、产品优化及经营决策，形成“反馈 - 分析 - 改进”的良性循环。

主要职能

包括店铺数据保障（针对体验分、待办工单等平台指标监控管理）、服务体验保障（针对消费者线上来访问问题立案受理）、发货售后保障（针对消费者交易订单审核移交仓储发货，监控跟进交易过程问题并输出售后方案）、客诉舆情保障（针对消费者纠纷投诉项立案解决，保障服务满意度）、品牌公关保障（针对消费者负面内容立案受理，消除负面影响，维护品牌形象）、产品及服务体验溯源保障（针对消费者负面反馈牵头溯源，联动相关部门优化闭环）。

人员架构

用户体验负责人兼用户体验优化工程师、客户来访接待人员、售后专家、客诉专家。

零售事业部客户服务治理通过线上线下结合的多渠道与经销商高频互动，搭建系统管理体系，规范客户投诉处理与满意度调查流程，还以“共创战略联盟伙伴交流会”等案例实践，全方位保障客户需求响应与服务优化。

互动渠道建设

通过线上线下相结合的方式，与经销商保持高频、高效互动，全面了解其需求与建议。主要渠道包括：常态化调研（开展定期的满意度调查与市场调研）、主动走访（组织职能部门实地走访市场，利用糖酒会等行业盛会进行深度访谈，召开经销商会议）、线上平台反馈（开通经销商意见反馈平台，保证信息直通责任部门）。

管理体系构建

建立系统的管理体系，通过市场反馈，由专业部门进行情况分析、调查、整改，优化配方与生产工艺，科学验证改善措施成效，确保为客户提供安全、健康的产品。

客户投诉处理

截至2025年11月17日，零售事业部接到消费者、终端、经销商等渠道关于产品、服务的投诉和建议共计527条，已处理终结464条。参照《零售事业部服务投诉处理办法》登记需求，通知相关责任部门沟通处理，跟进处理进度并回访。

客户满意度调查

每年10月-12月，向一年之内合作过并期望继续保持合作关系的重要顾客发出《顾客满意度调查表》，涵盖产品、配送、财务、服务、市场维度，由顾客填写回传。零售事业部营运部综合分析收集到的信息，在次年1月15日前形成《顾客满意度综合分析报告》，反馈至相关部门，涉及改进的部门提出解决方案，形成客户意见反馈统计表，作为持续改进依据。事业部市场部亦会根据市场经营情况，不定期对指定客户进行专项调研。

案例

公司举办“共创战略联盟伙伴交流会”

借糖酒会行业盛会契机，公司于2025年2月举办“共创战略联盟伙伴交流会”，组织产品、市场、财务、物流等核心部门负责人，与571家经销商开展深度线下调研。通过面对面零距离沟通，全面倾听客户心声，系统总结过往合作成果，精准挖掘业务推进中的潜在问题与增长机会，深化与经销商的战略协同，携手实现共生、共创、共赢的发展目标。



客户服务流程

客户服务代表

公司总裁/副总裁	事业部总经理	事业部副总经理	销售部负责人	
组织客户关系维护、建立组织互信、战略对标及解码、管理研讨、行业发展研讨、商业模式研讨、战略合作规划；参与客户重大活动(含客户峰会)。	战略合作规划、管理研讨、重大活动项目合作。	技术研讨、产品研讨、行业发展研讨、战略合作规划。	战略合作规划、产品研讨、商务合约、产品订单、政策费用。	
项目经理	客户经理	产品经理	客户营运组	财务BP
商务合约、客户业务份额提升、客户关系管理、客户应急事件处理、客户满意度提升、产品测试、产品提案、产品需求、市场洞察。	商务合约、订单管理、日常订单、销售计划、进销存管理(含客户库存管理)、大龄大产品消化与实施、政策费用、账务发票、客诉解决、市场分析、专项咨询。	研发新技术新工艺、市场洞察、产品提案、产品需求、产品测试、产品应用培训。	订单管理、商务接待、合同管理、系统对接、物流衔接、售后服务、专项咨询、客户满意度调查、日常问题收集与反馈。	账务发票、合同风险与把控、价格管理、财务咨询与建议。

客户服务流程

互动渠道

通过常态化调研(定期满意度调查与市场调研)、主动走访(职能部门实地走访市场,利用行业盛会深度访谈、召开经销商会议)、线上平台反馈(开通经销商意见反馈平台)等线上线下相结合的方式,与经销商保持高频、高效互动,了解需求与建议。

核心客户拜访

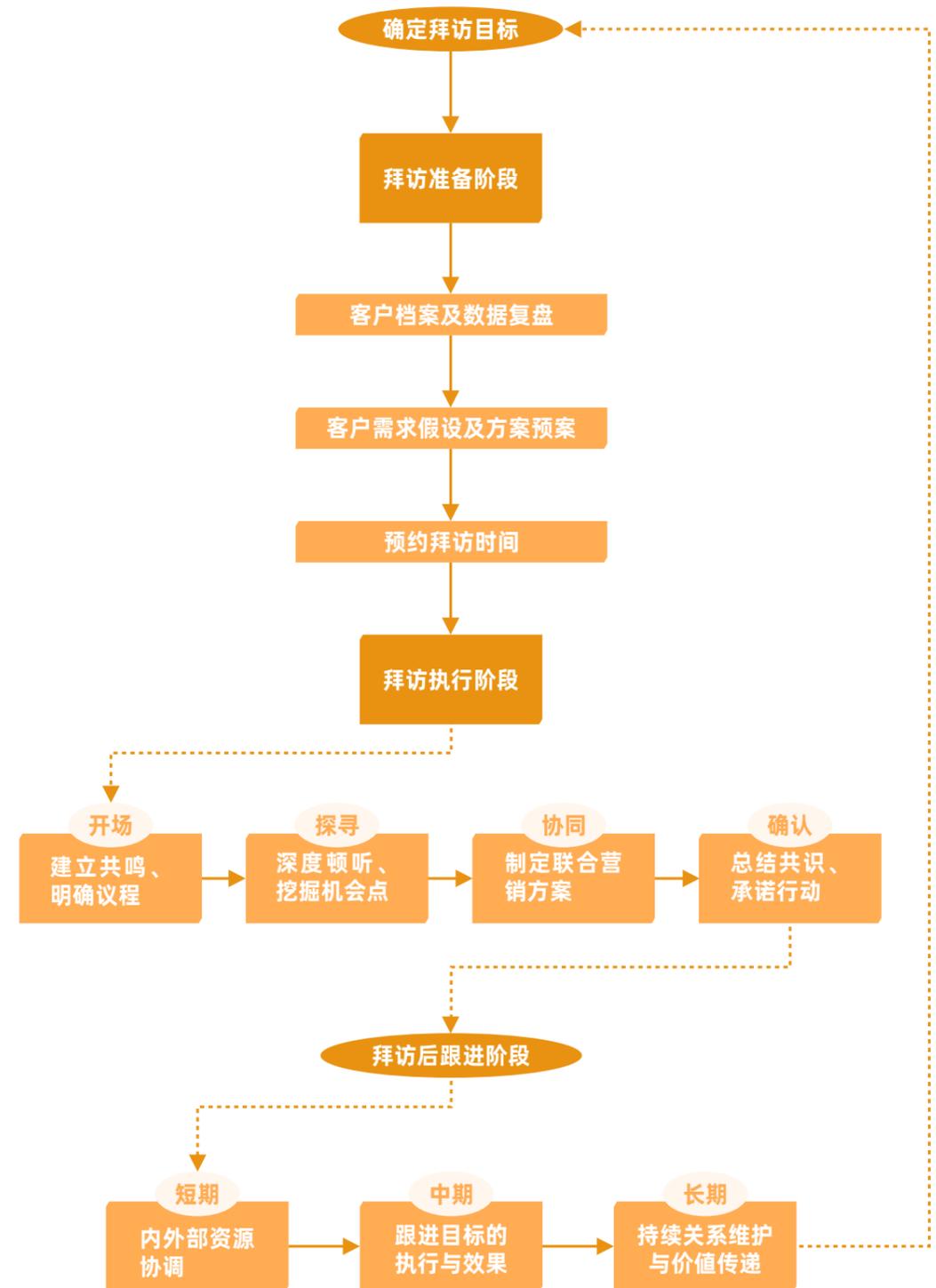
核心客户拜访周期为1月1次,目标客户为有成熟运营团队且月销在50万以上;拜访流程包括拜访准备阶段(客户档案及数据复盘、客户需求假设及方案预案、预约拜访时间)、拜访执行阶段(开场建立共鸣明确议程、探寻深度倾听挖掘机会点、协同制定联合营销方案、确认总结共识承诺行动)、拜访后跟进阶段(短期内外部资源协调、中期跟进目标的执行与效果、长期持续关系维护与价值传递)。

问题处理原则

坚持“快速响应、精准解决、情绪共情”核心原则。消费者咨询10s内必回应,AI优先回答物流、发货等常见基础问题,人工再介入处理,同步历史记录免重复沟通;沟通时精准抓住消费者需求,尽量一次性满足,减少再次沟通成本;复杂问题立刻反馈并给出明确处理时间,主动告知解决方案;问题解决后立刻推送满意度调查,根据反馈调整服务细节。建立问题库,将高频投诉(如物流延迟、商品问题)分类整理,优化规则(如与物流合作提速、加强品控),从源头减少问题。定期培训客服,重点提升“情绪管理+专业知识”,如应对难缠客户、熟悉商品参数和售后政策。

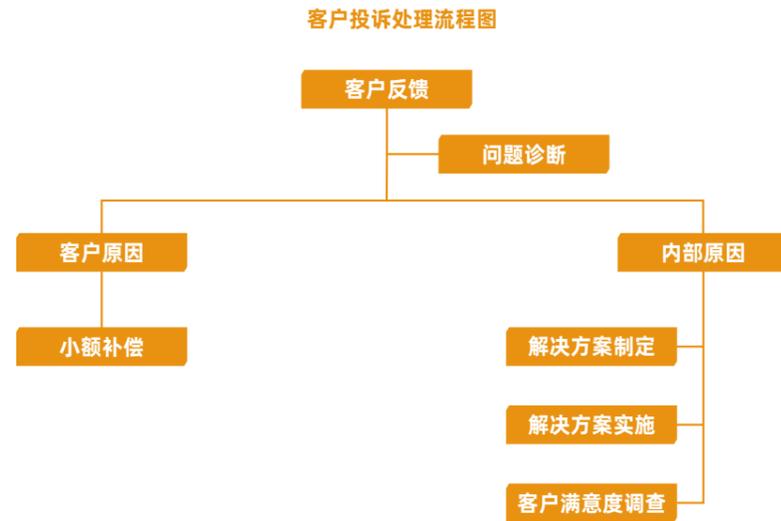
- 1.核心客户拜访周期为1月1次
- 2.目标客户为有成熟的运营团队且月销在50万以上

客户服务流程图



客户投诉

公司建立完善的客户投诉处理流程，确保客户投诉得到及时、有效的处理。客户投诉处理流程涵盖投诉接收、记录、核实、处理、反馈、跟进等关键环节，明确各环节责任主体与处理时限，保障投诉处理的规范性与高效性。通过标准化的投诉处理流程，全面收集客户反馈的问题与诉求，深入分析投诉成因，针对性制定解决方案，确保客户问题得到妥善解决，同时总结投诉处理经验，持续优化产品与服务质量。



客户满意度调查

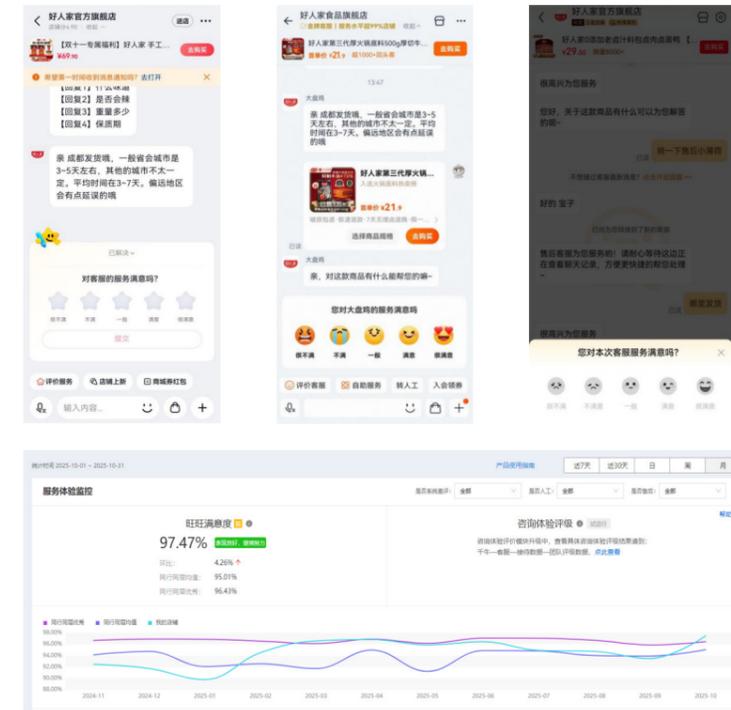
调查触发机制:各电商平台通过后台自动触发或人工主动触发两种方式开展调查。售前咨询结束后、售后问题处理完毕时，系统自动推送满意度评价入口；客服可针对高价值客户、复杂问题处理场景，人工发起定向调查，确保覆盖关键服务场景。

调查核心指标:以行业均值为基准线，明确核心考核标准:天猫店铺售后满意度不得低于90%，各平台整体满意度需保持在行业均值以上。调查维度涵盖响应时效、咨询解答专业性、问题处理效率、售后跟进质量等关键服务环节，全面反映客户体验。

数据统计与分析:每月提取一次店铺及客服个人的满意度数据，汇总形成业绩报表。针对满意度低于标准线的情况，专项分析成因，重点排查服务态度、专业能力、处理流程等方面的问题，建立高频问题台账。

改进与优化措施:若满意度指标不达标，客服需主动联系参与评价的客户，了解具体不满点并针对性改进，引导客户补充评价。客服主管/经理将满意度数据纳入绩效考核，通过培训提升团队服务能力，优化服务流程，从源头提升客户体验。客户满意度调查覆盖终端消费者，调查频率为消费者咨询或者购买后，由人工或者平台自动触发满意度评价，满意度标准为同行均值以上。

数据表现:以2025年10月数据为例，好人家官方旗舰店店铺分4.90，旺旺满意度达97.47%，环比上升4.26%，咨询体验评级表现良好；同期同行同层均值为96.43%，公司店铺满意度高于同行同层均值，处于优秀水平。



负责任营销

公司将负责任营销与合规经营深度融合，以新零售营销端为核心实践场景，通过构建全链路、标准化的“新零售产品与营销相关设计内容确认流程”，坚守“商品政策合规、卖点信息准确”的核心原则，确保营销活动合法合规、透明诚信，切实维护消费者权益与品牌公信力。

前期筹备

由运营岗主导，分为政策确认与demo制作两大板块。针对平台活动，运营明确活动商品政策，确保活动商品折扣、满减等规则合规且契合营销目标；针对直播间，确认直播主题内容与商品政策的匹配度，保证直播卖点与商品权益一致。完成政策确认后，运营制作活动信息内容demo并输出，为后续设计环节提供清晰营销方向指引。

制作执行

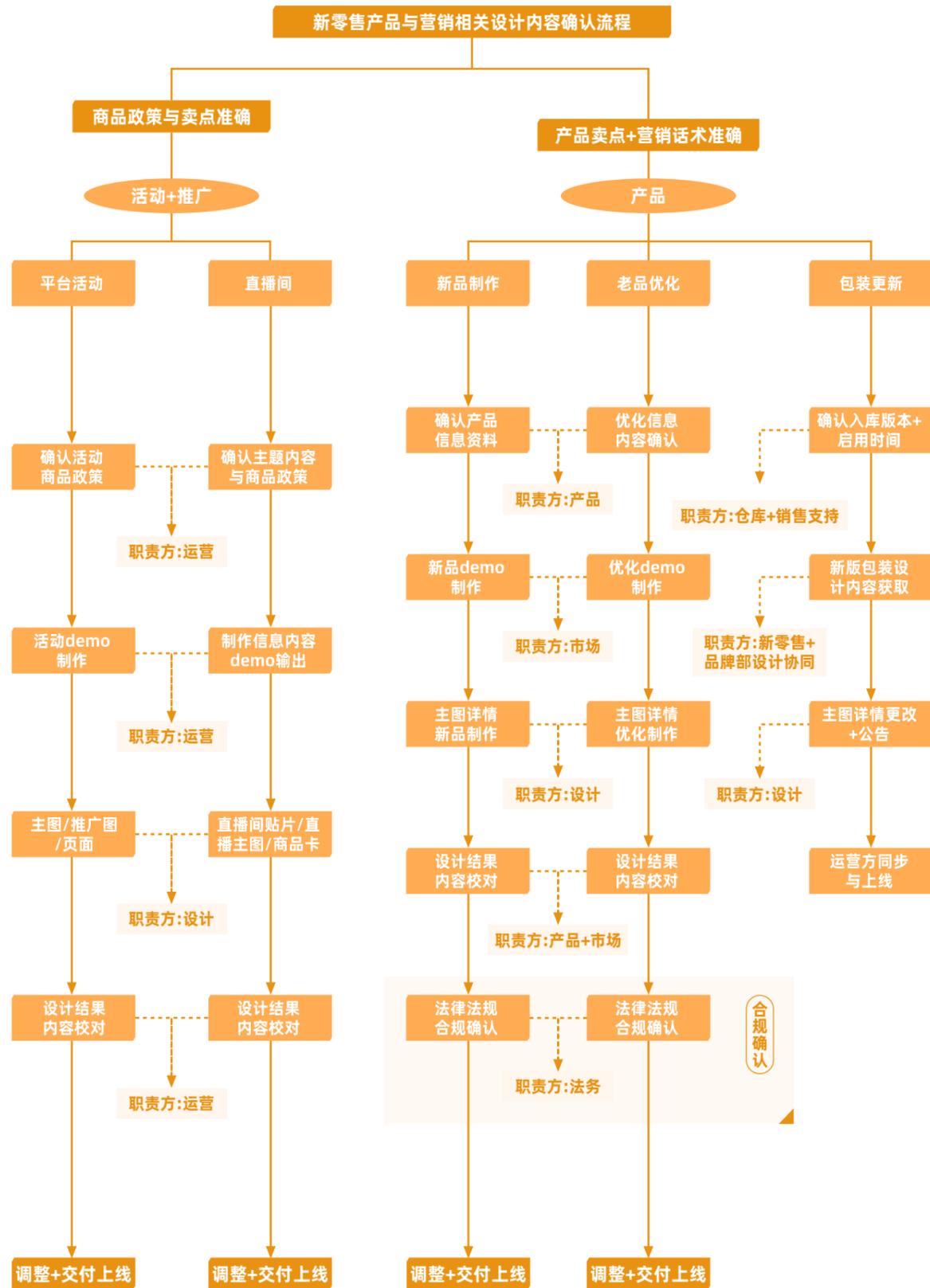
设计岗与运营岗协同作业。设计岗依据前期demo，输出主题/推广页面、直播间贴片/直播主题/商品卡等营销物料；运营岗对设计结果内容进行校对，确保物料呈现的活动政策、商品卖点与前期确认的信息完全一致，避免营销信息传递失真。

合规确认

营销端物料在交付上线前，需经过法务岗法律法规合规确认。法务团队从广告法、行业法规等维度，审核营销物料的宣传话术、活动规则是否存在合规风险，避免虚假宣传、价格欺诈等违规行为，确保营销活动在合法合规框架内开展。

交付上线

经合规确认后，运营岗根据前期校验与合规意见，对营销物料进行最终调整，确认无误后交付上线。上线后，运营岗持续关注活动数据与用户反馈，为后续营销迭代积累经验，形成“策略-执行-反馈-优化”的营销闭环。



数据安全与隐私保护

数据安全体系

公司已设置信息安全管理委员会，并制定《天味食品-信息安全体系》，围绕数字安全体系与合规建设目标，积极落实网络安全主体责任。信息安全管理委员会作为集团信息安全工作的领导机构，负责集团信息安全管理建设、有效运行和持续改进，由集团高层及研发、营销、终端、总部职能等主要相关领导组成。

组织架构设置：信息安全管理委员会下设信息安全管理小组，其中中心/部门信息安全管理小组作为日常办公机构，负责落实委员会决议及本中心/部门安全管理工作，组长由中心/部门负责人担任，内设安全接口人配合日常工作；工程/项目信息安全管理小组组长由工程/项目负责人担任，负责集团工程/项目安全管理工作。集团数字中心负责建立并持续完善信息安全管理体系统，制定相关标准和流程，规划、部署及运营信息安全技术体系，健全组织架构；统筹跨部门重大信息安全工作，开展安全稽查及违规违法行为的发现与调查；协调各中心/部门安全接口人落实安全督察与事件处置；提升全员信息安全意识，推动信息安全管理体系统持续改进与落实。

网络安全管理：根据《天味食品集团-网络安全管理机构管理制度》，公司建立由网络安全领导小组和网络安全工作小组组成的网络安全管理体系。网络安全领导小组负责统筹公司整体网络安全管理工作，确保决策高效、职责明确；工作小组在其指导下具体落实日常安全管理任务。工作小组下设应用管理、主机管理、网络管理安全管理及安全审计等岗位，分别承担相应的系统运行维护与安全防护职责，通过分层管理协同配合，形成职责清晰、分工明确的网络安全管理架构。

客户隐私保护制度体系

内部制度规范：公司通过《网络安全管理机构管理制度》《个人信息保护管理制度》对个人信息保护的相关机构和职责做出规范，界定信息安全管理委员会、中心/部门信息安全管理小组、工程/项目信息安全管理小组、信息中心等相关部门的具体职责。《个人信息保护管理制度》明确个人信息保护要求，包括个人信息分类、个人信息安全分级及脱敏规则、个人信息处理相关审批流程、未成年人个人信息保护补充规则。在个人信息收集方面，要求具有明确、合理的目的，与处理目的直接相关，并采取对个人权益影响最小的方式；收集过程对用户保持充分透明性，公开个人信息处理规则，明示处理的目的、方式和范围。

数据合规流程：《数据合规管理流程》规定，增加新产品或新服务（不限技术平台），需要收集个人信息或增加新的目的处理用户个人信息时，适用数据合规强制咨询工作。同时对个人信息安全影响评估做出流程规定，拟新增产品或服务涉及用户个人信息的收集或处理，需集团信息中心和相关部门对申请人收集、处理的个人信息情况进行访谈，根据访谈结果和需求材料制作《个人信息安全影响评估》，作为数据合规强制咨询的必要材料提交。数据合规强制咨询通过后，申请人可继续产品开发或其所申请的个人信息流程；未通过的，申请人可根据评估结果进一步整改或终止需求。个人信息安全影响评估结果将作为数据合规强制咨询结果的必要参考。

数据安全与隐私保护措施

公司围绕数据安全构建“制度+技术+管理”全方位保障体系，具体举措如下：

制度层面，制定《个人信息保护管理制度》《数据合规管理流程》等系列专项制度，明确个人信息分类分级、脱敏规则、处理审批流程及未成年人信息保护要求，新增产品/服务涉及个人信息处理时需强制合规咨询并开展保护影响评估。

技术层面，实施数据分类分级防护，对1-4级数据采取差异化措施，高等级数据需加密、动态脱敏及多备份；采用云存储与自建机房结合模式，配备防火墙、零信任网关等设备，构建多层次防护体系；数据共享、导出时需脱敏处理，严格管控访问与导出权限并记录日志。

管理层面，覆盖C端消费者、内部员工及供应商、经销商等商业伙伴，通过协议约定合作伙伴数据安全义务；委托第三方处理信息时，明确其安全责任并评估防护能力；为用户提供便捷的信息查询、修改、删除及账号注销渠道，保障个人信息主体权利。

公司数据存储与处理均在境内完成，无跨境传输情形，报告期内未发生相关重大合规风险。

数据安全与隐私保护目标

公司以保障用户数据安全、维护用户隐私权益为核心目标，持续完善数据安全与隐私保护体系，提升数据安全管理水平，确保数据处理全流程合规可控，防范各类数据安全风险，为用户提供安全、可靠的产品与服务体验，树立负责任的品牌和企业形象。

研发创新

创新驱动战略

公司以“21346”为核心指导方针，构建系统化、战略化的创研技术体系，锚定行业发展趋势与消费需求升级方向，驱动研发与业务深度融合。

2 个战略

产品战略(健康化、精品化、大单品)
技术战略(系统化创新、聚焦4大能力建设)

1 个激励机制

《产品力提升激励方案》

3个关键问题

做什么(产品力提升)
差异化是什么(健康化、精品化、大单品风味优势率提升)
怎么实现(4大能力建设、6个支撑)

4大能力

产品开发能力、工艺创新能力、
原料创新能力、风味的测试评价能力

6个支撑

项目管理、技术文件的数字化输出-转化-执行、稳定可控高效的供应链、产品全生命周期管理系统、基础技术研究、知识与经验沉淀。

研发管理体系

天味食品持续深化“产品+工艺+原料+技术+风味监测”五位一体的系统性创新体系，在多个领域取得突破性进展，有力驱动了产品迭代升级与核心单品风味优势的持续强化。

天味食品系统性创新战略的升级，为产品力构筑了坚实根基，为品质提升提供了核心引擎。这不仅持续强化了企业的核心竞争力，也为满足消费者对美味与安全的更高需求、持续引领行业发展奠定了坚实基础。未来，我们将继续深化创新，以创新驱动美味升级。

产学研共建与研发成果

公司以成果转化为纽带，强化产学研结合，整合企业、高校、科研院校的资金、人才和技术资源，积极与西华大学、成都大学、北京工商大学、四川大学、江南大学、四川省农业科学院等高等学府及科研院所开展产学研平台合作，共同致力于研发新产品、引进新技术及改良工艺等创新工作，保障公司技术水平的竞争优势。2025年，与四川旅游学院等多家单位合作的《川味火锅底料工程化关键技术与成套装备》荣获四川省科学技术进步奖二等奖。



公司注重产品研发技术研究，在核心技术上形成自主知识产权。截至报告期，公司累计拥有148项授权专利。其中包括发明专利32项、实用新型专利52项、外观专利64项，并发表诸多学术论文，以创新引擎推动生产技术革新。

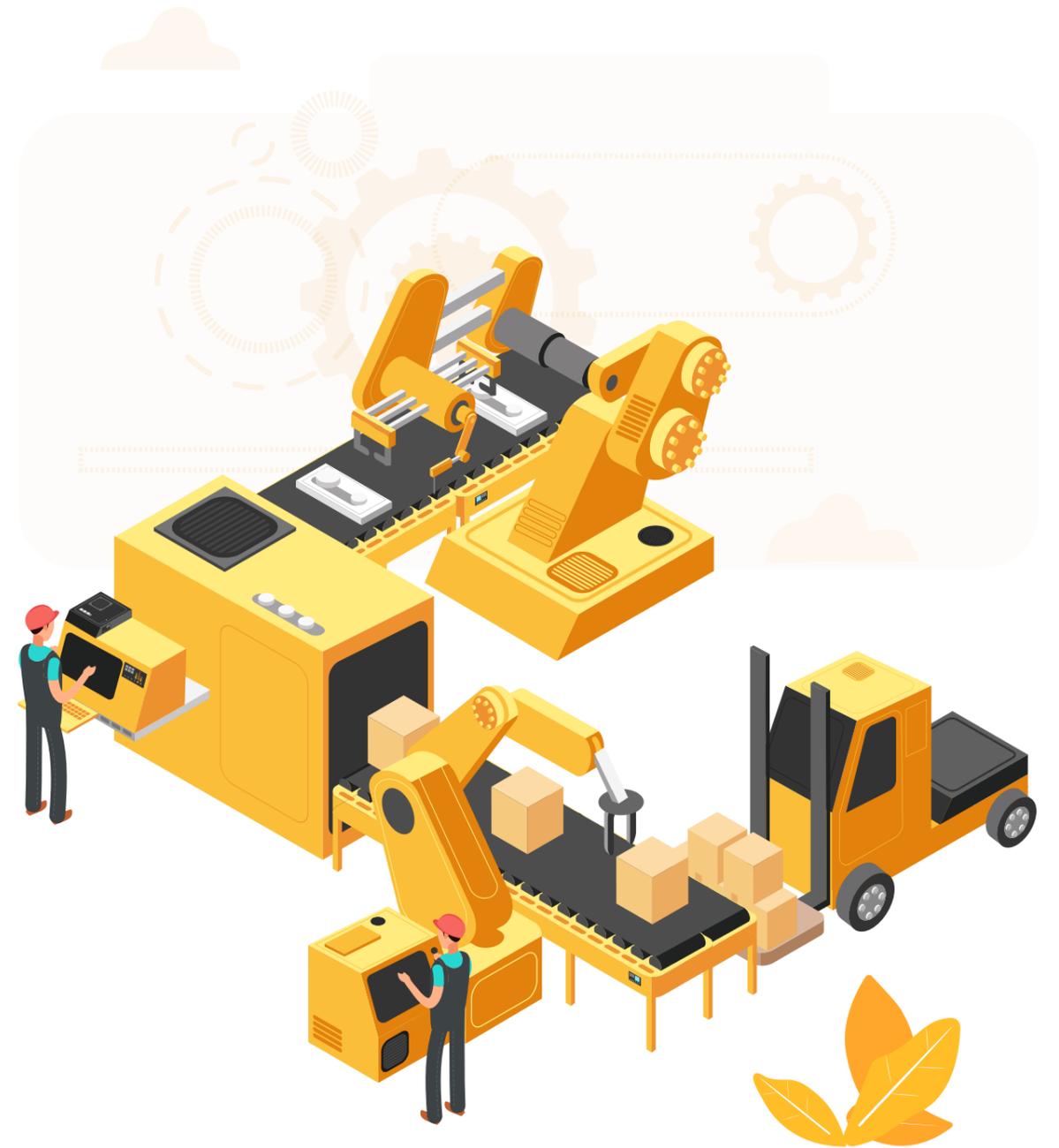
数字化与智能化

天味食品自2019年上市后便开启数字化战略，2020年基本完成“业财一体化”管控体系的搭建，2022年—2023年成功打造2座智能工厂并顺利投产，其中双流基地智能工厂荣获国家级智能制造示范工厂。2025年，通过构建营销一体化平台、业财融合系统、供应链无纸化项目、质量管控智能化等，提升企业的运营效率和敏捷性，能够快速响应市场变化，降低运营成本，帮助企业实现从“经验驱动”到“数据驱动”的跨越式发展。

升级领域	核心系统/技术	关键应用场景
智能生产	MES(生产信息化管理系统)、自动化生产线	在郫都、双流共计打造2座智慧工厂,实现从自动配料、智能炒制到自动包装、智慧仓库的全流程自动化,更首创多项行业技术应用,如成套机器人自动配料、反应釜自动炒料等。
创新研发	PLM(产品生命周期管理系统)	将传统“老师傅经验”转化为标准化的炒制火力、时间等参数,同时具备食品安全风险预测和产品风味评价功能,为消费者带来安全且美味的产品体验。
质量控制	质量巡检系统与MES系统(生产信息化管理系统)深度集成	实现巡检标准化、异常预警实时化。
供应链协同	SRM(供应商关系管理系统)、数字化运营平台	对供应商资质、绩效进行线上化、一体化管理。实现采购协同线上化,打造生态链数字化能力。
全链路追溯与管控	五码合一应用平台	实现从原料、生产、仓储、物流到渠道、营销的“一码贯通”。支持全产业链追溯、精准召回、窜货预警等

科技伦理

本公司主营业务不涉及人工智能、生命科学等科技伦理敏感领域，未开展需伦理审查的技术研发与应用活动，本期ESG报告无科技伦理相关事项需披露。



EMPLOYEE EMPOWERMENT

员工赋能 凝聚奋进力量

三 第四节

股票代码:603317

四川成都双流区

“用美味创造美好生活”



员工雇佣

雇佣管理体系

公司董事会与管理层高度重视合规雇佣和多元包容议题，始终将人才招聘和员工权益保障纳入重要治理议程。ESG管理委员会负责员工发展工作的管理与监督，而人力资源部作为核心执行部门，具体负责招聘、薪酬、培训等全链条事务的落地实施。公司总部统一制定《人事档案管理制度》《招聘管理制度》《员工手册》等管理原则，并要求各子公司设立独立的招聘部门及人力资源负责人，负责本公司的人才招聘与日常员工管理，确保各主体在遵循合规要求的基础上，灵活响应业务发展的需求。



雇佣影响、风险与机遇

公司严格遵守遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》及其他关于劳动和社会保障制度方面的各项法律法规以及地方相关政策，在招聘与培育人才的全流程中践行平等用工原则，创造多元化和包容的工作环境。

风险机遇	应对措施
劳工纠纷风险	公司依法与员工签订劳动合同，保障员工平等享有取得劳动报酬、休息休假、职场健康与安全、社会保险和福利、加入工会及参与工会活动等合法权利

使用童工/ 强迫劳动风险	坚决反对任何形式的童工和强迫劳动，防范因不当雇佣行为导致的法律风险及声誉风险
强迫劳动风险	在《员工手册》中明确提出，公司希望员工有效率地开展工作，除受公司指示，应避免加班。根据公司管理层的指示或员工因自身工作情况需要加班的，由员工提交加班申请，部门领导批准后，报人力资源中心备案。备案时，人力资源中心有权对于不符合本管理规定的计划安排进行纠正
就业歧视风险	公司坚决反对任何形式的就业歧视，在招聘与员工管理全流程中坚持公平、公正、公开原则。并在《员工招聘管理制度》中明确杜绝歧视性表述，包括不限于种族、性别、年龄、民族、身份、户籍、政见、宗教信仰、学历、院校、健康状况等

雇佣战略

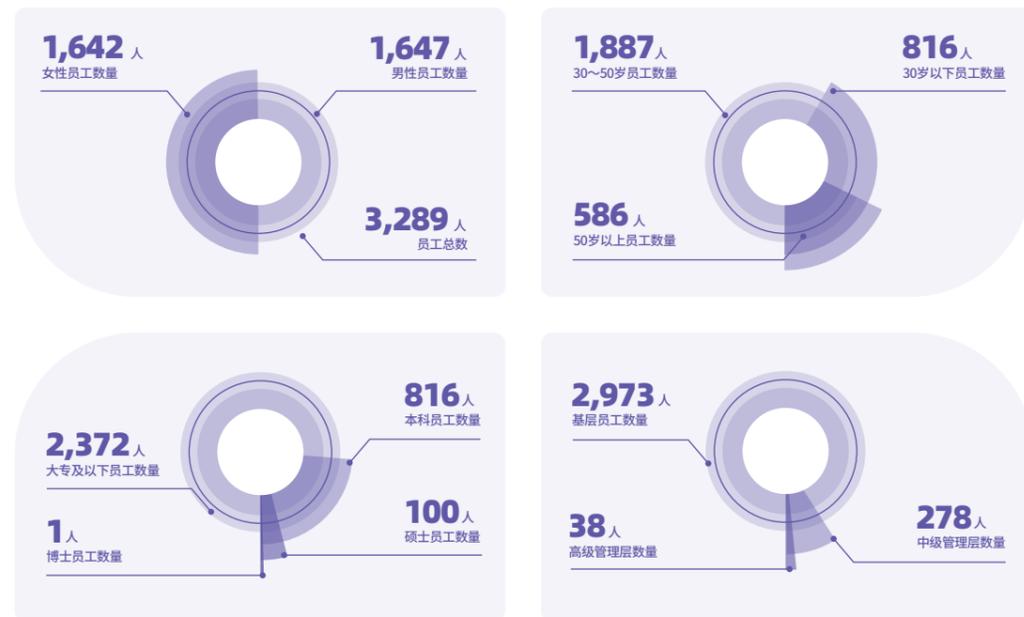
公司依据整体人才战略，结合业务发展目标，定期开展人才盘点与需求预测，制定相应数量与质量并重的人才规划。在用人策略上，坚持“内部培养与外部引进相结合”，对不同层级岗位设置差异化的选拔标准与发展路径。

对于中高层岗位，我们以内生培养为主，强调战略视野（具备行业洞察力）、领导力、变革管理能力等核心素质，并以绩效导向和价值观契合为首要评价依据；对于中基层岗位，通过外部引进管培生与战略相关人才，同时强化内部培训与晋升机制，致力于构建“混凝土式”（内部培养、外部引进、梯队储备均衡配比）的健康人才结构，保障组织能力与战略目标的高度匹配。

我们依托科学的能力素质模型与绩效管理体系，持续推动人岗匹配、员工和组织共同成长，打造支撑企业可持续发展的梯队力量。

雇佣指标与目标

基于公司战略目标，天味食品的人员增长将遵循“总量控制、结构优化、效能提升”的核心原则。我们的目标并非简单的规模扩张，而是通过系统性的人才迭代与升级，推动人才结构的持续优化，构建一支精干、高效、充满未来竞争力的高绩效团队。



按类别划分	单位	2024年	2025年
员工流失率	%	28.65	22.25
员工流失人数	人	1,200	941
男性员工流失率	%	26.58	22.78
女性员工流失率	%	30.78	21.70
30岁以下员工流失率	%	35.22	34.72
30~50岁员工流失率	%	27.18	17.42
50岁以上员工流失率	%	20.77	15.68
境内员工流失率	%	28.65	22.25
境外员工流失率	%	0	0

员工福利与关怀

员工薪酬体系

公司制定并不断完善《绩效考核管理办法》，对薪酬福利管理做出明确规范，以此保障薪酬体系的公平性与合理性，充分激发员工的工作积极性。此外，公司秉持“为卓越人才提供全面回报”的理念，建立了包括具有竞争力的现金薪酬、完善的福利保障、短期现金激励、中长期股权激励计划及丰富的工作生活平衡措施在内的全方位回报体系。薪酬体系由固定薪酬、绩效奖金、专项奖励、现金激励、中长期激励和福利五部分构成。

在薪酬理念与体系方面，公司秉承“以岗位能力定薪、以业绩贡献定酬”的核心薪酬理念，制定了系统的薪酬政策，职位职级体系是薪酬体系的基础。我们根据各职级的市场薪资数据、公司整体薪酬策略及内部公平性分析，科学设定薪酬架构与标准。此外，为了增强薪酬体系的活力，公司建立了强有力的绩效关联机制，将个人与团队绩效结果与薪酬激励紧密挂钩，突出业绩贡献在薪酬分配中的主导作用，从而持续激励高绩效员工，确保薪酬体系的动态公平与激励导向。

员工福利与关怀

公司构建了全方位、多层次的员工福利体系，旨在全面保障员工权益、提升工作生活品质并增强组织凝聚力。该体系不仅包含法定的五险一金保障，还提供了带薪休假、探亲假等多样化假期制度，支持员工工作与生活的平衡。此外，公司通过私车补贴、异地租房补贴、过节费、购物卡等货币与实物形式，有效减轻员工生活压力。我们更注重人文关怀，提供包括年度体检、福利性食堂、员工关怀、高温慰问、中秋礼盒、生日礼券及工会慰问等贴心福利，持续营造温暖的工作氛围。同时，团建活动等集体福利旨在强化团队合作，共同打造积极向上的企业文化。

福利类别	具体内容
生活福利	私车补贴、异地租房补贴、过节费、购物卡等货币与实物形式，有效减轻员工生活压力
健康与关怀	年度体检、福利性食堂、员工关怀、高温慰问、中秋礼盒、工会慰问等
节日慰问	每年定期举办3.8女神节，表达对女性员工的敬意；6.1儿童节为0-14岁员工子女提供福利
生日福利	每月进行员工生日福利发放，让员工在特殊日子里感受到公司的温暖与关怀
高温关怀	针对营销一线和生产基地的员工，举行“高温送清凉”活动，确保员工在舒适环境中工作

针对困难员工，公司将通过提供个性化的支持计划、心理辅导、灵活工作安排等方式，帮助他们克服挑战，提升工作积极性和生活质量。为将关怀理念落到实处，公司建立了由人力资源中心牵头，行政部、党群工作部及各业务部门协同参与的联动支持机制。

工会帮扶

公司工会作为员工的“娘家人”，是发现和响应员工需求的一线窗口，负责慰问、帮扶申请受理及福利发放。

管理层承诺

公司将员工关怀纳入各级管理者的职责范畴，倡导管理者成为团队成员的倾听者与支持者。

新春年会



法定节日活动



员工沟通与参与

公司始终将员工沟通与参与视作企业可持续发展的重要基石，致力于构建全方位、多层次的沟通体系，以此推动员工与企业间的深度理解和紧密协作。公司建立了周期性的员工满意度调查与民主测评制度。调查旨在全面收集员工对公司管理、工作环境、职业发展等多维度的意见与建议，识别改进机会。调查坚持无记名、保密性原则，并由人力资源部门对结果进行统计分析、跟进整改，确保流程的公正与有效。

为实现与员工的有效联结，公司搭建了多元化的沟通网络，建立了公司各部门的内部沟通渠道、公共反馈渠道、总裁信箱等特殊沟通渠道。同时公司也通过日常工作会议、团队建设、内部通讯等多种非正式渠道，鼓励开放、坦诚的上下级与跨部门沟通。

在绩效申诉与反馈方面，根据公司《绩效考核管理办法》，各级管理者有责任及时将考核结果反馈给被考核人，被考核人对考核结果有申诉的权利；员工可直接向直接上级的领导申诉，若仍存在争议，可向人力资源中心提出申诉。被考核人提出申诉的，须在结果反馈的五日内提交《绩效考核申诉表》；人力资源部门在接到申诉后，8小时内答复是否受理；受理后3个工作日内完成调查，将结果反馈至申诉人。

员工培训与发展

培训发展管理体系

公司高度重视员工培养与发展，致力于为员工提供全方位、多层次的培训机会和丰富多样的学习资源，通过精心设计的培训项目，帮助员工持续不断学习新知识、掌握新技能，实现个人成长与进步。这不仅助力增强员工职业竞争力和发展潜力，更为公司吸引更多优秀人才，长远发展注入强大动力，为可持续发展奠定基础。

公司人才培养遵循721法则，70%在岗位中历练成长，20%对标最佳实践，10%专题课程学习，训战结合，筑牢公司发展的人才基石。

员工培训项目体系	
福利类别	具体内容
管培生新生力项目	公司针对性选拔具有高成就欲望和高潜力的应届大学毕业生，通过2.5年定向培养，加速发展为“扎根业务一线、传播天味文化、创造卓越绩效”的骨干力量。项目针对大学生初入职场的心态，通过“职业化、天味化、专业化”三化蜕变一体培养模式，通过文化探秘、技能集训、一线实战、挑战课题、翻转课堂等混合学习方式，辅以职业导师、专业教练、人力伙伴全程陪跑，树立职业梦想、夯实业务基本功，高效完成从学生到职场人再到业务骨干的转身。项目100%中高层管理者、业务专家教学，学员人均培训时长超200学时

营销梯队人才项目	公司针对营销一线员工,一方面立足业务场景,联合三方优质资源共同开展《厂商联合生意计划》《经销商管理》等专项赋能培训,持续提升专业力;另一方面,全力构建“星光(储备省区)-星辰(储备大区)-星耀(储备总监)”三级梯队,从文化传承、业绩达成、团队建设、管理改进四个角色,针对性赋能,为营销高速发展构建起完善的内部人才供应链
集团梯队人才项目	集团针对干部、骨干构建起“菁才(主管)-将才(经理)-帅才(总监)”三级赋能项目,加速员工从基层到基干到干部的成长发展。项目以集团人才4E活力模型为标准,联合三方公司,设计混合式学习方式,学员除参加集训学习,更需基于岗位完成专项课题研究、答辩,全面提升职业力、管理力、领导力

职业晋升体系	
类别	内容
职业晋升与发展体系	公司致力于构建科学、透明且多元化的职业晋升与发展体系,建立管理序列与专业序列并行的双通道职业发展路径,畅通职业发展通道,帮助员工实现与企业的协同发展
晋升标准与机制	基于绩效、能力和任职资格的综合晋升标准,并配套公开招聘等选拔机制,确保晋升的透明与公平
职位职级与绩效管理	持续完善职位职级管理、绩效评估等制度,为员工提供公平透明、多元化的成长路径,实现个人与组织的共赢

培训发展影响、风险与机遇分析

公司积极应对培训发展中的风险,建立动态需求分析机制,定期调研业务部门和员工需求,针对性地设计培训课程。同时,公司完善职业发展通道与激励体系,将培训成果与晋升、薪酬挂钩,激发员工参与的积极性。我们还设立了合规培训专项计划,确保关键岗位(如食品安全、质量管控、环境保护等)的员工全员覆盖并持证上岗。通过推行“培训-实践-评估”闭环管理,结合项目实践和导师辅导等方式,强化培训成果的转化,定期复盘培训成效。

此外,公司积极推动培训在业务创新与可持续发展中的作用,抓住数字化转型机遇,利用在线学习平台、虚拟仿真等技术,扩大培训覆盖面并提升培训的灵活性与效果。通过跨职能培训与轮岗机制,打破部门壁垒,培养复合型人才,进一步推动业务创新与协同增效。通过打造特色培训项目,我们不仅提升了行业专业声誉,还增强了公司的人才吸引力。

培训发展战略

在短期内,我们将继续深化人才梯队建设,提升储备人才通道中关键岗位的储备率,注重业务赋能的显性化,推动“培训-业务改善”联动示范项目,并量化其产出价值。同时,积极推进合规能力的固化,确保在关键法规更新后,相关岗位人员按时完成培训与考核,确保合格率达到100%。我们将充分发挥线上学习平台的优势,提升一线员工在移动端学习的活跃度,进一步丰富员工的知识与技能。

在中长期内,我们计划建成战略人才引擎,推动领导力梯队项目形成自我更新、持续输送的人才“造血机制”,确保内部关键岗位晋升中超过70%来自梯队项目。同时,实现生态赋能价值闭环,推动“厂商一体”的赋能模式在核心渠道中成功复制,并量化支持经销商的整体业绩增长,最终建立行业认可的渠道赋能标杆体系。我们将通过持续的系统培训,塑造卓越的运营文化,将核心价值观、经营意识、极致安全等深度内化为全员的行为自觉。

“

天味食品战略人才培体系

帅才项目

突破传统课程形式,主要以高层研讨、工作坊及实战案例复盘等深度互动方式进行,强调思想碰撞与共识达成。在战略能力塑造方面,项目围绕“洞察-决策-解码”的核心链条展开。通过《战略视野与商业模式创新》研讨,提升总监层对行业趋势、竞争格局的洞察深度与前瞻性;通过《战略解码与执行攻坚》工作坊,重点锤炼其将公司战略转化为部门关键战役,并锁定资源、破除壁垒的攻坚能力。研讨成果直接输出为各业务单元的关键战略举措与执行路径图,确保了集团战略在高层管理团队中的统一理解与协同落地。在文化研讨方面,着重强化管理闭环文化落地,深度剖析闭环管理对于提升组织可靠性的关键作用,引导总监层成为闭环文化的首要倡导者和践行者,确保战略落地与价值创造。



”

“

天味食品战略人才培体系

将才项目

立足提升经理人员承接战略、驱动团队、创新业务的关键能力。为强化战略承接与解码能力,开设《BLM模型与业务设计》课程,使经理人员掌握从市场洞察到执行落地的系统思维框架。培训后,学员输出了与本部门业务紧密关联的设计蓝图,有效促进了战略共识与落地规划。为提升团队领导与绩效管理能力,开设《高绩效团队打造》与《非人力资源经理的人力资源管理技巧》课程。前者聚焦目标协同与团队激励,后者重点训练选育用留的实战方法。课程实施后,参训经理所辖团队的员工敬业度与关键人才保留率得到切实改善。为构建系统化管理能力与组织学习机制,开设《领导力十项修炼》与《用复盘提升组织和个人绩效》课程,培养了经理的决策、授权等综合管理行为,并推广了结构化的复盘方法论,使项目经验得以沉淀和复用,提升了组织整体学习能力。



菁才项目

重点强化主管人员的执行效能、协同能力与问题解决基本功,激活基层战斗力。为提升目标管理与项目推进效率,开设《使命必达-高效能目标管理》与《“一张纸”搞定项目管理》课程,强化学员对目标的分解与过程管控能力,提供轻量化的项目管理工具。应用后,团队重点任务完成率显著提升,跨部门协作项目的推进更加顺畅高效。为加强逻辑沟通与有效影响能力,开设《逻辑表达,高效沟通》课程,训练主管在汇报、协作中的结构化表达技巧,有效降低了沟通成本,提升了协同效率。为培养系统性分析与解决问题能力,开设《问题分析与解决》课程,教授标准的问题分析框架与工具,使学员能更沉着、科学地应对工作中各类挑战,并输出多项实际问题解决方案。

”

“

天味食品战略人才培体系



菁才项目



管培生培训活动

”

培训发展指标与目标

公司致力于通过持续提升员工培训与发展计划,设定具体量化目标,以确保员工技能和职业发展与公司战略需求相匹配,推动整体业绩提升。

按类别划分	2023年	2024年	2025年
员工培训支出金额	214.50	117.40	135.70
员工培训覆盖率	96.80	97.09	97.57
员工培训总次数	2,675	1,877	1,945
员工接受培训平均小时数	43.30	42.73	43.43

员工健康与安全

健康安全管理体系

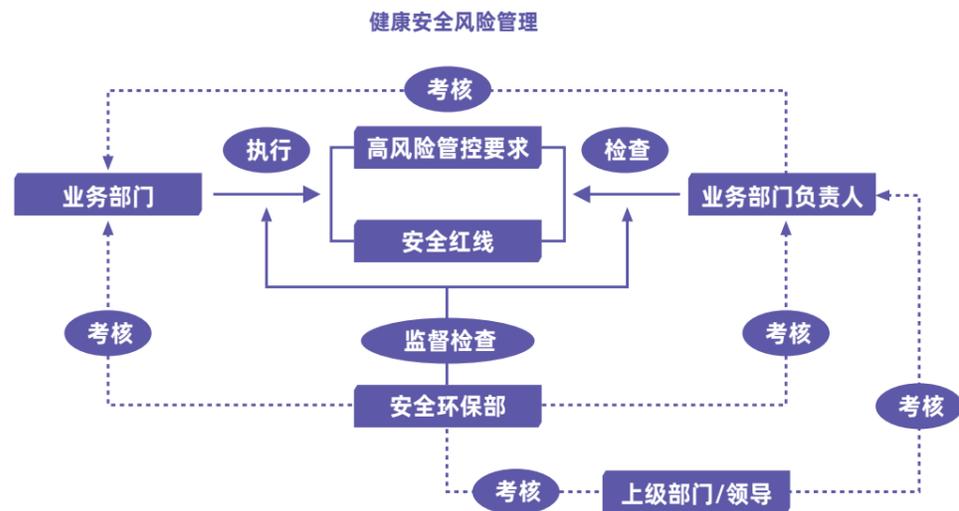
公司已设立了专门的EHS委员会,作为公司安全生产的领导机构,公司的主要负责人(总裁)作为公司安全生产、环境保护、职业卫生管理的第一责任人,对公司的环境保护、安全生产和职业卫生管理承担全面领导责任;集团公司安全环保分管领导对公司的环境保护、安全生产和职业卫生承担综合监督、指导、协调领导责任,其他分管领导(负责人)对分管业务范围内的环境保护、安全生产和职业卫生工作负责,承担直接领导责任。各中心/部门管理人员对管理事项范围内的环境保护、安全生产和职业卫生工作承担直接管理责任。各岗位从业人员对安全生产和职业卫生依法承担直接岗位责任。



健康安全风险识别与评估

公司按照风险分级管控要求，由安全环保管理部牵头，从设备、作业活动、作业环境等多维度开展危险源识别与潜在风险评估工作，并依据评估结果制定相对应的管控措施。

针对管控措施的落地执行，安全环保部建立监督检查机制，每日、每周、每月分类别进行监督检查。



健康安全战略与举措

安全文化建设

我公司在每年年末，通过了解员工培训的需求，同时结合当年实际安全管理情况，针对性的制定下年的年度培训计划，分类别、定期限按照培训计划实施。严格落实新员工入职三级安全教育培训，并要求生产主要负责人、安全管理人员、特种作业及特种设备从业人员100%持证上岗。同时，我们通过线下试卷测试，趣味问答等多样化活动，最大限度保证培训效果，提高各级人员对安全的重视程度。2025年，全集团累计开展安全专项培训137场，累计12,278人次。



安全专项培训

职业健康保护措施

本公司建立健全职业健康管理体系，建立了《职业健康管理办法》，对接害岗位实施职业病危害因素定期检测与风险评估，配套完善个人防护用品配备标准与使用监督机制。严格执行岗前、在岗、离岗职业健康体检，建立“一人一档”电子健康监护档案；定期开展职业健康宣传、心理健康疏导等活动，针对高温季节实施错峰作业并发放防暑物资，切实将员工健康保障融入管理全流程。

应急管理

我公司构建了系统化的安全应急管理体系，建立了《事故应急救援制度》，涵盖风险分级管控与隐患排查治理双重预防机制，配套专项应急预案及岗位现场处置方案。制度层面明确应急组织架构、职责分工及分级响应流程，确保快速决策与高效处置。常态化开展分层级应急培训，覆盖应急指挥、现场救援及全员自救互救技能。定期组织实战化应急演练，模拟火灾、泄漏等场景，检验预案可行性并持续优化；消防演练侧重初起火灾扑救、应急疏散与器材实操，强化员工安全意识与协同作战能力，全面提升应急准备水平。

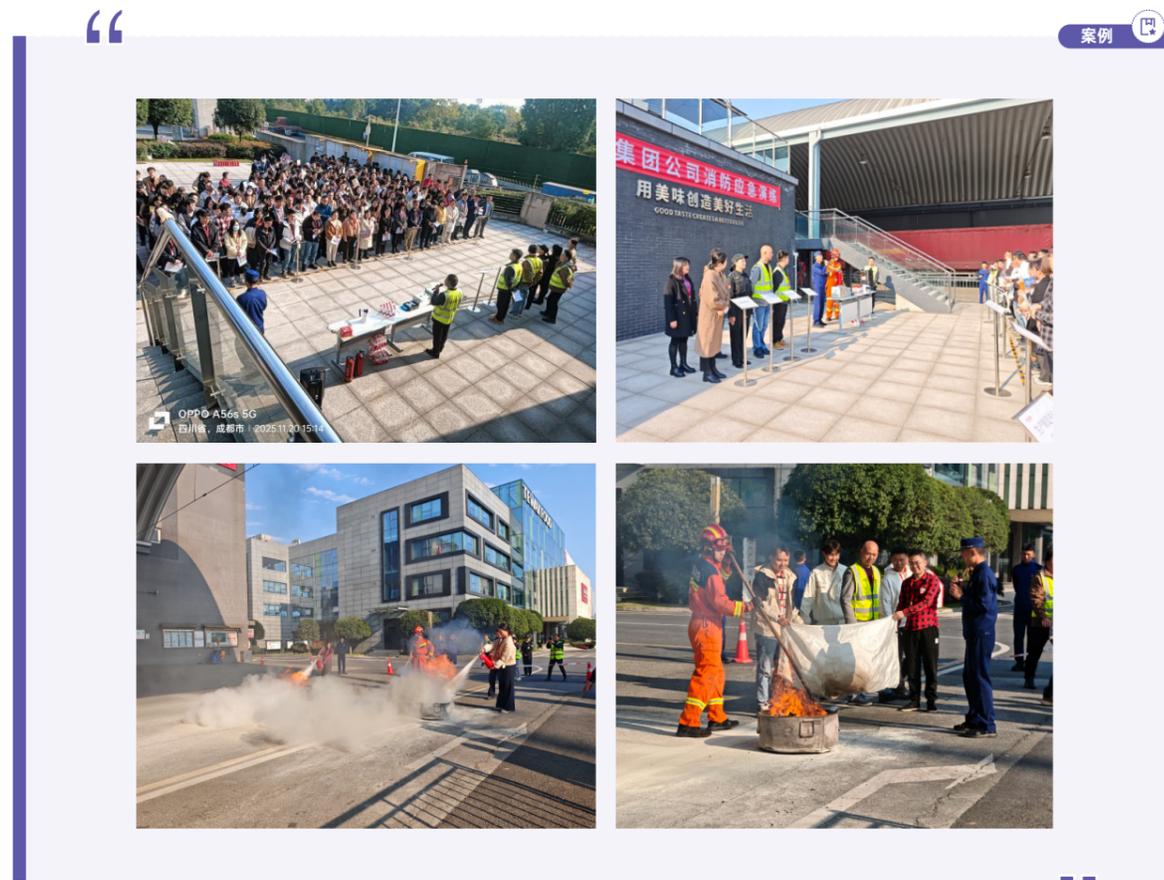
案例

天味食品2025年消防月实战演练

为深入贯彻“预防为主，生命至上”的消防安全理念，集团公司于2025年11月20日下午成功举办了应急疏散暨消防演练。此次演练共有281名员工参与，在短时间内完成全员疏散，实战化检验了公司应急处置能力。

演练特邀双流区消防大队现场指导，四枚烟雾弹分别在老办公楼和新办公楼同时引爆，消防警报拉响，随即展开了贴近实战的应急疏散。各楼层疏散引导员迅速到位，员工们按照预定路线有序撤离至集合点，全程仅用时6分18秒，展示了员工良好的应急反应能力。演练过程中，设立了应急演练指挥部，并将任务分为人员疏散组、联络协调组、安全警卫组和后勤保障组。演练环节包括消防救援器材展示、模拟火警疏散、消防知识讲解、灭火实操、烟雾逃生体验等。通过实操演练，员工们掌握了灭火器的正确使用方法，并在烟雾逃生屋中体验了真实逃生场景。消防大队全程进行专业点评，现场气氛热烈互动。

演练总指挥总结时指出，演练筹备充分、组织严密，成功实现了检验预案、锻炼队伍、提升意识的目标。针对暴露出的问题，公司将立即整改，持续优化应急机制。作为消防月系列活动的重要一环，本次演练有效提升了全员消防安全意识与自救互救能力，进一步筑牢了企业安全发展防线。



案例

”

火灾事故零发生 (一般事故等级)	集团公司及双流基地发生一般等级火灾事故为0起
损失工作日事故控制	集团公司及双流基地发生损失工作日事故 (医疗费用在1,500元至5,000元之间) ≤2起
安保事故零发生	集团公司及双流基地发生一般安保事故为0起
职业病零发生	集团公司及双流基地发生一般职业病事故为0起
施工安全管理	集团公司及双流基地施工方发生一般安全或火灾事故 ≤1起
行政处罚控制	行政处罚金额 < 1万元
隐患整改目标	双流基地各工厂/部门的综合隐患整改完成率 ≥ 90% (实际整改完成的安全隐患件数/应整改完成的安全隐患件数)
专项安全管理资金	为2025年设置专项安全管理资金, 重点推进三大攻坚项目: 工艺本质安全改造、应急能力升级、员工安全管理意识提升
高危区域自动化	高危区域实现自动化后, 岗位风险大幅降低
“双预控”机制建立	建立“双预控”机制, 对照国家《治本攻坚三年行动》指标库进行动态校准

健康安全指标与目标

公司高度重视员工职业健康, 多维度落实关怀举措, 同时锚定中长期安全发展战略, 设定刚性量化目标:

2025年设置专项安全管理资金。核心推进工艺本质安全改造、应急能力升级、员工安全管理意识提升等三大攻坚项目, 其中高危区域实现自动化, 投运后岗位风险下降明显。建立“双预控”机制, 对照国家《治本攻坚三年行动》指标库动态校准。

目标	具体内容
环保、安全事故零发生	集团公司及双流基地发生公司级重大及以上环保事故、火灾事故、安全事故为0起
一般生产安全事故控制	集团公司及双流基地公司级一般生产安全事故 ≤ 1起

按类别划分	单位	2023年	2024年	2025年
安全生产投入	万元	450	500	600
工伤保险投入金额	万元	54.00	51.60	59.50
工伤保险覆盖率	%	100	100	100
员工体检覆盖率	%	100	100	100
获得ISO45001认证主体数量	个	2	2	2
职业病发生人数	人	0	0	0
员工因工死亡人数	人	0	0	0
工伤率	%	0.07	0.40	0.58
汇报期前1年员工因工死亡人数	人	0	0	0
汇报期前2年员工因工死亡人数	人	0	0	0
因工伤损失工作日数	天	231	340	700
重大安全事故发生次数	件	0	0	0

WIN-WIN PARTNERSHIP

伙伴共赢
彰显责任担当

三 第五节

股票代码:603317

四川成都双流区

“用美味创造美好生活”



负责任供应链

供应链管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国招标投标法》及相关法律法规，不断完善《采购管理程序》《生产物料供应商管理制度》《战略供应商管理办法》《非生产采购招标管理制度》等内部供应商管理政策。由集团采购中心牵头，组织采购相关部门实施管理与监督，严格把控供应商准入标准，并通过定期审核、年度评估、绩效考核、制度培训等方式，系统性地管理供应链风险。同时，公司面向集团采购负责人开展ESG专题培训，确保其深入理解《采购管理程序》《生产物料供应商管理制度》《战略供应商管理办法》《非生产采购招标管理制度》等政策中的ESG要求，并通过培训宣贯、合同条款约定等方式向供应商传递相关理念与责任，推动供应链的可持续发展。



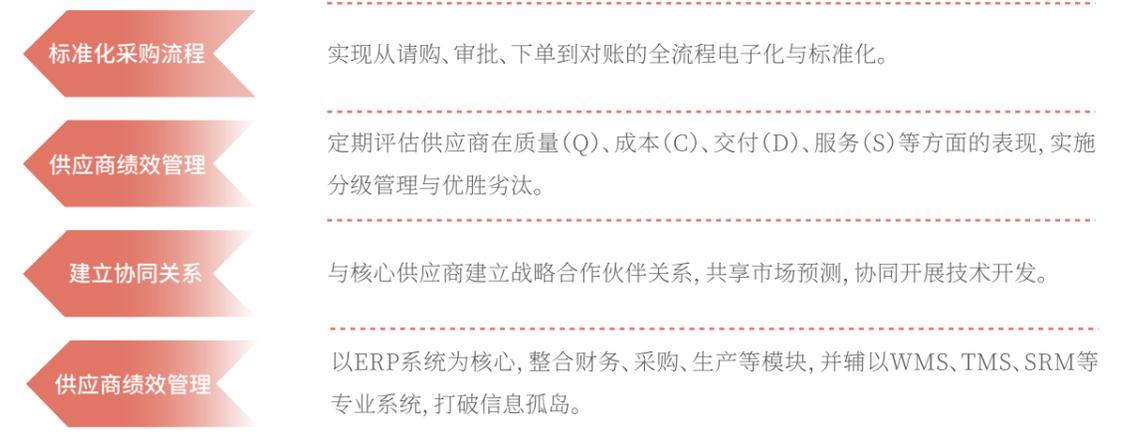
供应链管理措施

供应链全流程管理

供应链公司持续完善供应商开发、准入、考核、筛选及培训的管理流程，组建由品控、采购、财务等多部门构成的跨专业团队，对涉及辅料及加工助剂、包材、关键设备等品类的供应商开展现场走访、飞行检查、成本调研、第三方检测机构审查及供应商可持续发展问卷调查(SSQ)。根据供应商绩效考核排名，结合现场审核与品类战略评估结果，形成供应商年度综合能力评估报告，并依据表现划分为优秀、合格、需改进、不合格四个等级，实施差异化的激励或约束机制。对于管理过程中发现的不足，公司积极开展帮扶与培训；对违反采购制度的供应商，则采取警告、责令整改、终止合作等处理措施，以持续优化供应商结构。

在供应商引入阶段，公司依据《采购管理程序》等制度，通过《供应商资质评审表》等工具，综合评估供应商的交付能力、成本控制能力、技术水平、质量表现、售后服务以及企业社会责任与风险管控能力。实施动态评估与分级管理，每月从质量、交付、成本、服务、环境及社会等维度对供应商进行考核，并根据结果将主要供应商划分为优秀、合格、不合格三级，落实相应管理措施。公司每年还组织年度审核，由采购部与技术部门共同依据审核表单进行评分，检查供应商的运营环境、生产过程与工艺质量，并借助SRM系统实现供应商全链路管理。

采购供应商管理 (SRM)



天味食品招标业务严格遵守《招标投标法》并细化作业流程。集团总部设立采购管理委员会，作为成本管理工作的决策与领导机构；各下属单位成立成本管理小组，作为跨部门的日常决策机构，负责审核、审定本单位各部门/项目提出的成本管理事项。

组织/部门/角色	职责
采购部	负责制定采购规章制度，包括供应商管理、需求管理、价格管理、合同管理等操作细则，确保采购活动合规性；规范采购需求提报、审批、执行及验收全流程，强化部门协同，提升采购效率；通过市场调研拓展供应商资源，建立准入标准与评审体系，筛选合格供应商；主导价格谈判，争取最优采购条件，并据此选择供应商；负责公司及子公司非生产性采购类合同的拟定、修改与会签；依据《供应商管理办法》实施供应商全生命周期管理。

组织/部门/角色	职责
采购委员会	负责评审与确认采购管理制度及重大决策;对供应商选择、价格、商务条件等关键事项作出最终决策;负责≥1,000万元以上或特殊项目的最终审批。
需求部门	负责需求的发起、标准与要求的制定;若需求无统一归口管理部门,则承担技术标准制定、供应商专业资质能力审核及必要时技术答疑;根据合同约定,对供应商合作过程进行管理、执行效果验收;负责除五金及其他物资类以外的供应商发票收集核对与付款;根据需要进行供应商实地或案例考察;制定技术类供应商考核指标并参与相应评鉴;必要时参与商务最终轮价格谈判;针对招标项目,按《非生产采购招标管理制度》推荐供应商;发起需求变更、合同变更及预算调整申请。
归口管理部门	负责供应商专业资质及能力审核,必要时进行实地考察;制定技术标准与要求并提供技术答疑;根据合同约定,管理供应商合作过程、执行效果及验收工作;根据非生产采购品类特性制定技术考核指标,并参与相应评鉴;必要时参与商务最终轮价格谈判;针对招标项目,按制度推荐供应商。
财务中心	负责审核采购合同、招标文件中财务相关内容(如金额、支付方式、发票、验收支付规则等);按合同约定执行款项支付;处理淘汰供应商的账目;审核结算类价格;参与招标项目的商务评审及项目验收、供应商考核评鉴。
安全环保部	负责涉及安全环保专业服务的供应商资质能力审核;办理入厂作业许可手续;监督供应商作业过程安全;参与供应商相应考核模块的评鉴。
食品安全与合规管理部	负责更新维护《生产采购供应商(与食品安全相关)资质要求清单》。



供应链风险管理

公司为提升供应链韧性与安全水平，在确保供应商及其产品服务满足业务、质量与食品安全要求的前提下，进一步加强供应链风险管理。公司基于供应商所在国家、行业、商品、支出等因素，开展ESG风险及其业务相关性评估，以最大限度降低潜在风险。通过对供应商的物料特性、合作金额、可靠性等多维度分析，识别关键供应商并划分风险等级，制定针对性的预警、防范与应对方案。公司尤其关注关键供应商在食品安全、环境管理及人权保护等方面的表现，以持续保障供应链稳定，降低系统性风险。在采购与合同要求中，公司引入了职业健康安全标准、人员保障、环境监督等相关条款，致力于将ESG理念融入供应商管理全流程，实现对供应商从准入到退出的严格管控。

此外，公司在《生产物料供应商管理制度》中明确了不同品类物料供应商的审核准入要求，通过季度考核对供应商在交付、质量、服务及可持续风险等方面的问题进行跟踪，督促其限期落实纠正措施，并对供应链风险实施有效管理。

供应链ESG管理

公司将供应商ESG评估纳入年度绩效考核体系，覆盖供应商的开发、寻源、准入、合作管理、绩效考核直至退出淘汰的全过程。

在供应商引入阶段，依据《采购管理程序》等制度，通过《供应商资质评审表》等工具综合评估其交付、成本、技术、质量、售后服务及企业社会责任与风险自控能力。实施动态评估与分级，每月从质量、交付、成本、服务、环境及社会等维度对供应商进行考核，根据结果将主要供应商分为优秀、合格、不合格三级，并落实相应管理措施。公司每年开展供应商年度审核，由采购部与技术部门共同依据审核表单进行打分，检查其运营环境、过程与工艺质量，并借助SRM系统实现全链路管理。

供应商管理系统



供应商绩效管理

评分信息

评分明细	指标分类得分明细	指标类型得分明细
<input type="checkbox"/>	# 指标类型 指标分类	评估指标
<input type="checkbox"/>	1 生产 交付-到货及时率	交付-到货及时率
<input type="checkbox"/>	2 生产 质量-供应商现场评审	质量-供应商现场评审
<input type="checkbox"/>	3 生产 质量-供应商改进有效性评价	质量-供应商改进有效性评价
<input type="checkbox"/>	4 生产 质量-供应商资质及时规范性	质量-供应商资质及时规范性
<input type="checkbox"/>	5 生产 质量-到货合格率	质量-到货合格率
<input type="checkbox"/>	6 生产 成本-业务规模	成本-业务规模
<input type="checkbox"/>	7 生产 成本-价格贡献度	成本-价格贡献度
<input type="checkbox"/>	8 生产 成本-降本增效提案	成本-降本增效提案
<input type="checkbox"/>	9 生产 服务加减分项	服务减分项
<input type="checkbox"/>	10 生产 服务加减分项	服务加分项

供应链廉洁建设

集团审计监察部负责调查与处理员工收受贿赂、滥用职权或失职舞弊等案件，致力于完善制度建设，宣传廉洁文化。公司在每一份与供应商签订的合同中均设有反商业贿赂警示条款。

关键绩效

100 %

签订廉洁条款的供应商比例

行业共进

供应商培训

公司高度重视供应商在供应链ESG管理中的关键作用，通过系统化、多维度的培训，确保供应商深入理解并有效落实ESG相关要求，从而全面提升供应链的可持续性表现。培训内容全面涵盖环境、社会及治理(ESG)三大维度，致力于引导供应商在日常运营中贯彻环境友好、承担社会责任并恪守良好治理原则。

“

案例一

天味食品食品原料追溯线上培训会—原料可追溯，品质有保障

公司通过培训，强化供应商对原料可追溯性的管理与执行，确保从源头到成品的每一环节清晰可控，保障最终产品的高品质与安全性。

”

“

案例二

异物控制，品质保障

公司对供应商进行生产操作标准作业程序 (SOP) 培训，培训内容主要包括金属探测、返料管理、班后清洁等关键环节的标准操作规范，以系统性控制生产过程中的异物风险，确保产品品质。



”

引领行业发展

公司作为行业标准化的核心参与者和重要推动者，深度参与并引领行业高标准体系建设。截至报告期，公司积极参与行业规范建设，主导或参与《火锅底料质量通则》《炒制辣椒酱》等3项国家标准和《食品安全地方标准火锅底料》《老坛酸菜》《减盐火锅底料》等17项地方标准及多项团体标准的制定。在公司内部，建立了严苛的企业标准体系，发布实施15项企业标准，为产品品质筑牢技术护城河。

2021年，公司成功入选国家市场监督管理总局的“消费品标准化试点项目”，其质量管控与标准创新能力获得国家级认可，树立了行业质量标杆。

“

案例

天味食品持续作为链主企业引领行业发展

“2021年成都市绿色食品产业生态圈人才计划申报工作”头部企业名单

序号	头部企业名单
1	四川水井坊股份有限公司
2	四川天味食品集团股份有限公司
3	新希望乳业股份有限公司
4	四川蜀尔食品股份有限公司
5	四川省丹阳县豆瓣集团股份有限公司
6	成都希望食品有限公司
7	四川康记食品股份有限公司
8	四川顶红食品集团股份有限公司
9	中粮(成都)粮油工业有限公司
10	成都圣恩生物科技股份有限公司
11	四川百家阿宽食品产业股份有限公司
12	四川金忠食品股份有限公司
13	四川丁点食品开发股份有限公司
14	四川晶食品有限公司

关于2022年度“成都市产业建圈强链人才计划”绿色食品产业链链主企业评选表彰公告

根据《成都市产业建圈强链人才计划实施细则》（成府通〔2022〕36号）、《关于开展2022年度“成都市产业建圈强链人才计划”申报工作的通知》（成府办〔2022〕18号）和《关于开展2022年度“成都市产业建圈强链人才计划”绿色食品产业链项目申报工作的通知》（成府办〔2022〕402号）文件精神，经各区（市）县推荐、企业自愿申报、我局组织专家评审，现将评选出的链主企业予以公示。

公示时间：2022年8月11日—2022年8月17日。

公示期间，任何单位和个人均可通过电话、来信、来访等形式，向市纪委监委驻局纪检监察组、市经信局机关纪委、绿色食品产业处反映问题，以单位名义反映的需加盖公章，以个人名义反映的请署本人真实姓名和联系方式。

联系人：市经信局机关纪委 电话：61985827
市纪委监委驻市经信局纪检监察组 电话：61981627
市经信局绿色食品产业处 电话：61986225

2022年“成都市产业建圈强链人才计划”绿色食品产业链链主企业名单（排名不分先后）

序号	企业名称
1	四川水井坊股份有限公司
2	新希望乳业股份有限公司
3	四川天味食品股份有限公司
4	成都希望食品有限公司
5	中粮(成都)粮油工业有限公司
6	四川百家阿宽食品产业股份有限公司
7	中粮可口可乐饮料(四川)有限公司

2023年“成都市产业建圈强链人才计划”食品产业链链主企业名单
(排名不分先后)

序号	企业名称
1	四川天味食品股份有限公司
2	成都希望食品有限公司
3	新希望乳业股份有限公司

2024年度“成都市产业建圈强链人才计划”食品产业链链主企业名单
(排名不分先后)

序号	企业名称
1	四川天味食品集团股份有限公司
2	成都圣恩生物科技股份有限公司
3	成都希望食品有限公司

”

供应链协同发展

作为农业产业化国家重点龙头企业及“成都市绿色食品产业链链主企业”，公司充分发挥链主作用，通过强化产业链协同与技术赋能，构建共生共荣的产业生态圈。公司向上游延伸，以规模化、标准化的采购体系带动农户与合作社发展，助力乡村振兴；向下游拓展，为连锁餐饮客户提供专业的定制餐调解决方案。同时，公司主动开放自身数字化转型成果，于2025年3月承办“国家级案例学习交流会”，向同业展示其作为工信部“智能制造示范工厂”的先进实践，并以数字化3.0战略为契机，将数字化能力向供应链上下游输出，引领行业智能制造升级。



平等对待中小企业

公司秉持公平、包容的采购原则，认真履行平等对待中小企业的社会责任。在2025年，公司将中小微企业视为供应链不可或缺的重要一环，通过持续优化采购流程、加强双向沟通与交流，确保所有合作伙伴，无论规模大小，均能获得公平的市场参与机会。公司注重与小微供应商建立并维护长期、稳定的合作关系，致力于构建一个包容、共赢的商业生态系统，共同促进产业链的健康与繁荣。截至2025年底，公司应付账款（含应付票据）余额未超过300亿元且占总资产的比重未超过50%。

社会贡献与乡村振兴

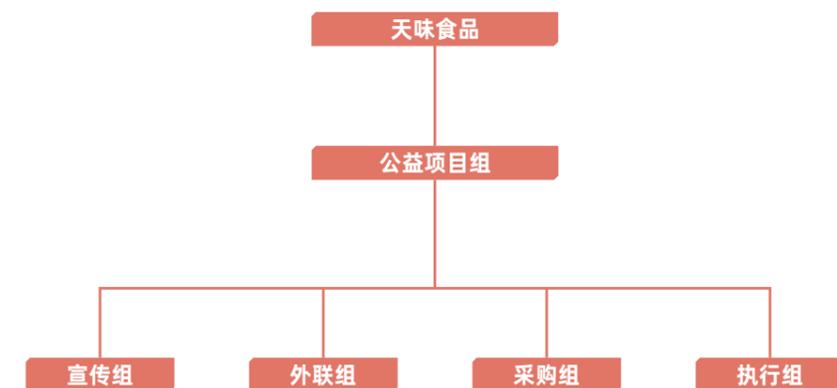
社会贡献

天味食品坚信企业价值源于社会并积极回馈社会。在完善《对外捐赠管理制度》的基础上，公司成立了“天天正能量”公益志愿者小组，推动公益事业从传统零散捐赠向系统化、组织化、全员参与的战略性公益全面升级，旨在实现“帮助人、打动人、吸引人”的核心目标，助推集团公益事业实现系统化、多样化和品牌化发展。

在公益管理与员工参与方面，公司致力于将公益精神融入企业文化，激发每一位员工的善意与能量。通过组织化建设，成立由员工自愿组成的公益志愿者小组，并设立执行组与宣传组，确保公益活动有策划、有执行、有传播。制度化运营方面，建立“群策群力、融爱于行、同心扬善”的工作机制，鼓励员工为公益活动出谋划策，用心感受公益价值，并通过团队协作传播公司企业文化与价值观。

“天天正能量”公益志愿者组织

天天正能量公益志愿者团队，设立宣传组、外联组、采购组固定人员。人人皆可为天味公益事业贡献自己的力量。



“

案例一：灾害救助

在重大自然灾害面前快速响应，2025年向西藏地震灾区捐款50万元，用于紧急救援、过渡安置及灾后重建。



”

“

案例二：社区关怀

建立常态化社区关怀机制，连续四年(2022-2025年)于六一儿童节、春节等节假日慰问龙港社区困境儿童及困难家庭；此前亦曾向四川省成都市双流区慈善会捐助防疫专项资金200万元，并在疫情期间向医疗机构及社区捐赠防疫与生活物资，增强社区归属感与员工凝聚力。



”

“

案例三：老年公寓慰问

2025年12月17日，天味食品“天天正能量”公益团队走进老年公寓，以“烟火暖夕阳，好味是家常”为主题，开展公益慰问，通过共创美味、真诚陪伴以及实用慰问物资，为五十余位长者送上了冬日暖意，践行企业回报社会、共建美好的责任。



”

面向未来，公司已制定年度公益路线图，计划深化社区“一老一小”关爱计划，通过常态化入户走访，在春节、六一等节点送出“慰问物资，并进行精准需求慰问，实现从“慰问”到“关怀”的升级。同时建立长效机制，通过召开年度公益探讨会议，集思广益，积极探索在扶贫助困、公共服务、老年人关爱等更多元方向的公益实践。

乡村振兴

天味食品将支持乡村振兴、巩固拓展脱贫攻坚成果深度融入公司战略，依托核心业务布局，通过产业赋能持续助力乡村发展与脱贫成果巩固。

公司以“产业兴农、精准赋能”为核心，将乡村振兴与供应链建设、原料采购战略深度绑定。依托复合调味品生产对农产品原料的强需求，建立“合作社/种植基地 + 原料加工基地 + 公司”的全链条管控模式，把原料采购、品质提升与乡村特色产业发展、农户增收紧密结合，形成“业务发展与乡村振兴互促共赢”的战略格局，确保乡村振兴工作常态化、系统化推进。

乡村振兴支持措施

原料采购赋能

核心原料(辣椒、花椒、酸菜、牛油等)优先从四川、贵州等乡村及脱贫地区采购，通过规模化采购带动当地特色种植产业发展。

定制化种植合作

推行定制化辣椒种植模式，严格评估种植地块的土壤、水源及农药使用情况，联合四川省农业科学院等科研机构开展原料品质攻关，为农户提供技术指导，提升原料标准化水平与产量。

乡村生态与基础设施提升

在原料基地推进生态振兴举措，开展土壤、水源治理等生态改善项目，同时通过产业合作间接带动当地仓储、运输等配套基础设施建设。

标准与技术输出

将企业原料管控标准、初加工工艺标准向合作农户及基地输出，推动当地农产品种植、加工标准化发展，提升乡村产业可持续发展能力。

长效利益联结

与农户建立紧密的利益联结机制，通过稳定采购价、技术赋能等方式，保障农户持续增收。

第六节 附录

定量绩效表

治理绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
ESG主题培训次数	次	1	1	1
ESG主题培训参与人次	人	30	30	35
董事会召开次数	次	14	11	15
审议董事会议案数量	项	45	37	61
董事参会比例	%	100.00	100.00	100.00
召开股东会、临时股东会次数	次	4	2	3
审计委员会会议次数	次	5	4	7
薪酬委员会会议次数	次	8	5	5
提名委员会会议次数	次	0	1	3
战略委员会会议次数	次	3	2	3
董事会成员的人数	人	9	9	8
独立董事人数	人	3	3	3
独立董事比例	%	33.33	33.33	37.50
审计委员会独董占比	%	66.67	66.67	100.00
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
战略委员会独董占比	%	66.67	66.67	66.67
女性董事占比	%	22.22	22.22	25.00
女性高管占比	%	0.00	0.00	16.67
投资者调研次数	次	78	80	124
交易所互动平台回复投资人问题次数	次	50	30	29
对外发布公告数量	份	208	146	193
商业贿赂及贪污事件发生次数	次	3	3	2

治理绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
反商业贿赂及反贪污培训场次	次	5	6	8
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事总数	人	9	9	9
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比	%	100	100	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员总数	人	50	55	60
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员百分比	%	80	85	90
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工总数	人	1,200	1,300	1,350
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工百分比	%	75	80	85
因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0	0	0

环境绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
环保总投入	万元	700	350	286.7
环境行政处罚金额	万元	0	0	0
环保宣传与培训场次	次	2	2	2
环保宣传与培训参与人数	人	120	150	160
工业废水总量	立方米	408,899	422,156	431,929
生活废水总量	立方米	69,367	58,650	55,873
废水排放总量	吨	478,266	480,806	487,802
化学需氧量(COD)排放量	吨	31.94	36.86	47.08
生化需氧量(BOD)排放量	吨	3.94	5.61	11.46
氨氮(NH3-N)排放量	吨	0.22	2.21	1.79
总氮(TN)排放量	吨	4.13	5.18	4.32
总磷(TP)排放量	吨	1.54	1.12	2.45
动植物油	吨	0.01	0.01	0.01
氮氧化物(NOx)排放量	吨	4.59	5.06	4.60
硫氧化物(SOx)排放量	吨	0.08	0.09	0.14
挥发性有机化合物(VOC)排放量	吨	4.04	6.94	9.39

环境绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
颗粒物(PM)排放量	吨	0.34	0.79	0.43
废弃物产生总量	吨	4,850.14	4,843.95	5,595.41
无害废弃物产生总量	吨	4,836.39	4,823.51	5,581.17
有害废弃物产生总量	吨	13.75	20.44	14.24
取水总量	吨	505,250	440,157	451,163
总耗水量	吨	505,250	440,157	451,163
水资源强度	吨/万元	1.61	1.27	1.31
包装材料使用量	吨	20,200.00	20,600.00	21,239.78
综合能源消耗总量	吨标煤	10,687.66	11,283.37	10,615.29
每百万营收综合能源消耗强度	吨标煤/百万元	3.40	3.25	3.08
直接能源消耗量	吨标煤	7,666.83	8,161.00	7,669.79
间接能源消耗量	吨标煤	3,020.82	3,122.36	2,954.50
直接能耗密度	吨标煤/单位	2.44	2.35	2.23
间接能耗密度	吨标煤/单位	0.96	0.90	0.86
柴油消耗量	吨标煤	0.00	62.97	1.22
电力消耗量	吨标煤	3,020.82	3,122.36	2,945.50
清洁能源消耗总量	吨标煤	7,666.83	8,098.03	7,668.57
能源总消耗中清洁能源占比	%	71.74	71.77	72.24
天然气消耗量	吨标煤	7,666.83	8,098.03	7,668.57
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	25,653.07	26,936.46	25,327.01
每百万元营收温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万元	8.20	7.80	7.40
范围1温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	12,463.70	13,303.75	12,466.51
每百万营收范围1温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万元	3.96	3.83	3.62
范围2温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	13,189.38	13,632.71	12,860.50
每百万营收范围2温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万元	4.19	3.93	3.74

社会绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
产品和服务相关的安全与质量重大责任事故涉及金额	万元	0	0	0
产品召回比例	%	0	0	0
产品合格率	%	100	100	100
产品退货率	%	3.10	2.90	3.00
客户投诉数量	次	1,235	1,497	1,064
客户满意度	%	92.15	92.23	95.36
报告期内发生的数据安全事件与泄露客户隐私事件涉及金额	万元	0	0	0
研发投入金额	万元	3,177.54	3,586.06	3,716.66
研发人员人数	人	170	163	172
研发员工比例	%	5.32	5.46	5.23
研发投入占营业收入比例	%	1.01	1.03	1.08
报告期内有效专利数	项	129	140	148
应用于主营业务的发明专利数量	项	28	31	32
报告期内发明专利的申请数	项	2	2	2
报告期内发明专利的授权数	项	12	3	1
软件著作权数量	项	2	7	18
员工总数	人	3,195	2,988	3,289
男性员工数量	人	1,577	1,557	1,647
女性员工数量	人	1,618	1,431	1,642
30岁以下员工数量	人	728	805	816
30~50岁员工数量	人	1,930	1,709	1,887
50岁以上员工数量	人	537	474	586
大专及以上学历数量	人	2,533	2,144	2,372
本科员工数量	人	577	744	816

社会绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
硕士员工数量	人	83	99	100
博士员工数量	人	2	1	1
高级管理层数量	人	23	34	38
中级管理层数量	人	210	252	278
基层员工数量	人	2,962	2,702	2,973
少数民族员工数量	人	60	64	61
劳务派遣员工占比	%	10.74	7.50	10.00
境内员工数量	人	3,195	2,988	3,288
境外员工数量	人	0	0	1
全职员工人数	人	3,195	2,988	3,289
兼职员工人数	人	0	0	0
新雇佣员工数量	人	2,886	1,272	1,045
员工流失率	%	45.10	28.65	22.25
员工流失人数	人	2,625	1,200	941
男性员工流失率	%	40.94	26.58	22.78
女性员工流失率	%	48.63	30.78	21.70
30岁以下员工流失率	%	48.30	35.22	34.72
30~50岁员工流失率	%	41.88	27.18	17.42
50岁以上员工流失率	%	49.91	20.77	15.68
劳资纠纷数量	项	5	16	11
员工总薪资支出	万元	48,530	49,918	47,599
员工人均薪酬	万元	15.19	16.71	14.47
劳动合同签订率	%	100	100	100
缴纳社保员工占比	%	66	97	96
员工培训支出金额	万元	214.50	117.40	135.70
员工培训覆盖率	%	96.80	97.09	97.57
员工培训总次数	次	2,675	1,877	1,945
员工接受培训平均小时数	小时	43.30	42.73	43.43
安全教育培训场次	次	102	123	137
安全教育培训参与人次	人	5,759	8,418	12,278
人均安全教育培训时长	小时	68	85	75

社会绩效				
指标名称	指标单位	2023年	2024年	2025年
安全教育培训覆盖率	%	100	100	100
安全生产投入	万元	450	500	600
工伤保险投入金额	万元	54.00	51.60	59.50
工伤保险覆盖率	%	100	100	100
员工体检覆盖率	%	100	100	100
获得ISO45001认证主体数量	个	2	2	2
职业病发生人数	人	0	0	0
员工因工死亡人数	人	0	0	0
工伤率	%	0.07	0.40	0.58
因工伤损失工作日数	天	231	340	700
重大安全事故发生次数	件	0	0	0
供应商总数	家	914	967	1,747
西南地区供应商数量	家	640	698	1,152
华东地区供应商数量	家	129	129	273
华中、华北及华南地区供应商数量	家	145	140	322
本省供应商采购比例	%	70.00	72.10	65.90
签订廉洁条款的供应商比例	%	100	100	100
供应商培训场次	次	4	4	4
供应商培训覆盖供应商数量	家	4	6	8
志愿活动时长	小时	200	500	760
志愿活动参与人次	人	20	40	58
人均志愿服务时长	小时	10.00	12.50	13.10
公益慈善投入总金额	万元	1.57	23.74	51.10
退伍复员军人招募人数	人	15	29	31
退伍复员军人比例	%	0.47	0.97	0.94

指标索引

维度	序号	议题	对应条款	所在章节
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	▶ 应对气候变化
	2	污染物排放	第三十条	▶ 污染物排放
	3	废弃物处理	第三十一条	▶ 废弃物处理
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	▶ 生态系统和生物多样性保护
	5	环境合规管理	第三十三条	▶ 环境合规管理
	6	能源利用	第三十五条	▶ 能源利用
	7	水资源利用	第三十六条	▶ 水资源管理
	8	循环经济	第三十七条	▶ 循环经济
社会	9	乡村振兴	第三十九条	▶ 乡村振兴
	10	社会贡献	第四十条	▶ 社会贡献
	11	创新驱动	第四十二条	▶ 研发创新
	12	科技伦理	第四十三条	▶ 科技伦理
	13	供应链安全	第四十五条	▶ 负责任供应链
	14	平等对待中小企业	第四十六条	▶ 平等对待中小企业
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	▶ 产品和服务安全与质量
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	▶ 数据安全与客户隐私保护
	17	员工	第五十条	▶ 员工赋能 凝聚奋进力量
可持续发展相关治理	18	尽职调查	第五十二条	▶ 尽职调查
	19	利益相关方沟通	第五十三条	▶ 利益相关方沟通
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	▶ 商业贿赂及贪污风险
	21	反不正当竞争	第五十六条	▶ 反不正当竞争与反垄断

意见反馈

亲爱的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《天味食品2025年度环境、社会和公司治理报告》！为了持续改进报告管理工作，我们特别希望倾听您的意见和建议，恳请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并反馈给我们：

意见反馈表				
选择性问题的(请在相应的位置打“√”)				
请您评价本报告反映天味食品对经济、社会、环境的重大影响程度：				
<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 较差	<input type="checkbox"/> 很差
请您评价本报告对利益相关方关心问题进行的回应和披露：				
<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 较差	<input type="checkbox"/> 很差
请您评价本报告披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性：				
<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 较差	<input type="checkbox"/> 很差
请您评价本报告的可读性：				
<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 较差	<input type="checkbox"/> 很差
请您对《天味食品2025年度环境、社会和公司治理报告》进行综合性评价				
<input type="checkbox"/> 很好	<input type="checkbox"/> 较好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 较差	<input type="checkbox"/> 很差
开放性问题：				
您对天味食品ESG工作有哪些建议？				
您认为本报告为您提供了哪些有价值的ESG信息？				
您认为报告还需要增加披露哪些ESG信息？				
请留下您的联系方式：				
姓名：		联系电话：		
单位及职位：		邮箱地址：		

