



公司地址

青岛市李沧区四流中支路2号

联系电话

0532-84633589

公司官网

www.qdfood.com

2025

环境、社会和公司治理(ESG)报告

青岛股份有限公司
Qingdao Foods Co., Ltd.

股票代码 001219



CONTENTS 目录

关于本报告	03	专题：守正深耕主业 创新谱写新篇	13
董事长致辞	05	可持续发展治理	19
走进青岛食品	07		

01 筑牢合规根基 提升治理效能

党建引领	27
公司治理	30
董高薪酬管理	32
投资者关系管理与股东权益	32
合规经营与风险管理	34
商业道德	35

02 践行绿色低碳 深化污染防治

应对气候变化	39
环境管理	41
资源利用	44
生态系统与生物多样性保护	46

03 匠心智造精品 铸就食安防线

创新驱动	49
产品和服务安全与质量	52
客户服务	57
数据安全与隐私保护	58
负责任供应链	60

04 成就员工价值 共享发展成果

员工权益保障	67
职业健康与安全	76
社区公益	81

未来展望	83
附录	85
关键绩效	85
指标索引	90
反馈意见	93

关于本报告

报告简介

本报告为青岛食品股份有限公司发布的第二份环境、社会和公司治理报告（以下简称“ESG报告”或“本报告”）。本报告系统地披露青岛食品2025年在环境、社会及治理（ESG）领域的战略、管理、实践、绩效与目标进展，以此回应各利益相关方的期望与关切，全面呈现公司在可持续发展方面的理念与行动。

时间范围

本报告为年度报告，披露信息时间范围为2025年1月1日至2025年12月31日（简称“报告期”），部分内容根据披露需要适当溯及以往年份或超出上述范围。

组织范围

本报告以青岛食品股份有限公司为主体，涵盖青岛食品及所属全资、控股子公司，除特别说明外，本报告范围与公司年报范围保持一致。

编制依据

- 《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》
- 《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》
- 国务院国有资产监督管理委员会《央企控股上市公司ESG专项报告参考指标体系》
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南CASS-ESG 6.0》
- 全球报告倡议组织《GRI可持续发展报告标准（GRI Standards）》“参考”标准
- 联合国可持续发展目标（SDGs）

数据说明

本报告所采用的信息与数据均来源于公司的正式文件、内部统计报告或有关公开资料。除特别说明外，本报告中所涉及货币金额以人民币作为计量币种。报告中所涉及的财务数据均与公司年度报告保持一致，若出现不一致之处，以年度报告为准。

释义说明

简称	释义内容
青岛食品/公司/我们	青岛食品股份有限公司
青食有限	青岛青食有限公司
天源科贸	青岛天源科贸有限公司
海友汇泉	青岛海友汇泉食品科技有限公司

报告获取

您可以在深圳证券交易所（<https://www.szse.cn>）、巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅下载电子版报告，获取更多公司信息。

意见反馈

如果您对本公司的可持续发展有任何意见或建议，欢迎通过青岛食品电话、邮箱等方式反馈意见，帮助我们对报告进行持续改进。

地址：山东省青岛市李沧区四流中支路2号

电话：0532-84633589

邮箱：ir@qdfood.com

董事长致辞



尊敬的各位股东、合作伙伴、消费者及社会各界朋友：

2025年，是青岛食品深耕“守正创新”战略、迈向高质量发展的关键一年。作为中华老字号企业，我们历经七十余载风雨沉淀，在消费升级与市场变革的浪潮中，以可持续价值链为导向，深化“绿色协同”模式创新，用匠心坚守品质，用创新驱动发展，向全体利益相关方交出了一份亮眼答卷。

青岛食品股份有限公司
董事长

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name '葛青林' (Ge Qinglin), written in a cursive style.

以创新破局，激活发展新动能

面对发展挑战，我们将创新作为驱动高质量发展的核心引擎，深度融入公司运营发展全周期。我们精准把握消费趋势变迁，以年轻化、健康化为导向加速产品创新迭代，推出系列差异化新品，满足多元分层消费需求，构筑品牌竞争新优势；在生产端，我们大力推进智能制造转型，全面升级自动化、数字化生产设备与管理系统，实现生产效率显著提升与运营成本持续优化；在市场端，我们积极打破区域市场壁垒，构建线上线下融合、渠道下沉与品牌上行并举的营销网络，持续深耕国内大市场，推动“青食”品牌从山东走向全国、从区域迈向主流，在更广阔的舞台上彰显中华老字号的时代价值与持久魅力，以全方位创新实践开创企业可持续发展新局面。

以责任立身，践行可持续发展使命

公司始终将可持续发展理念融入经营血脉，积极响应国家“双碳”目标，以绿色低碳转型引领高质量发展新航向。在污染防治方面，公司引入先进环保设备实现废水废气达标排放，筑牢生态环境安全防线；在绿色包装领域，公司践行循环经济理念，加速推广可降解、易回收环保包装材料，推动产品全生命周期绿色化；在能源管理维度，公司依托数字化、智能化手段构建智慧能源管理体系，显著提升资源利用效率。在社会责任方面，我们坚守食品安全底线，建立全流程质量管控体系，通过多项国际体系认证；同时积极投身公益事业，开展“慈善一日捐”“中华老字号进社区”等志愿服务，将品牌温度传递到社会各个角落。

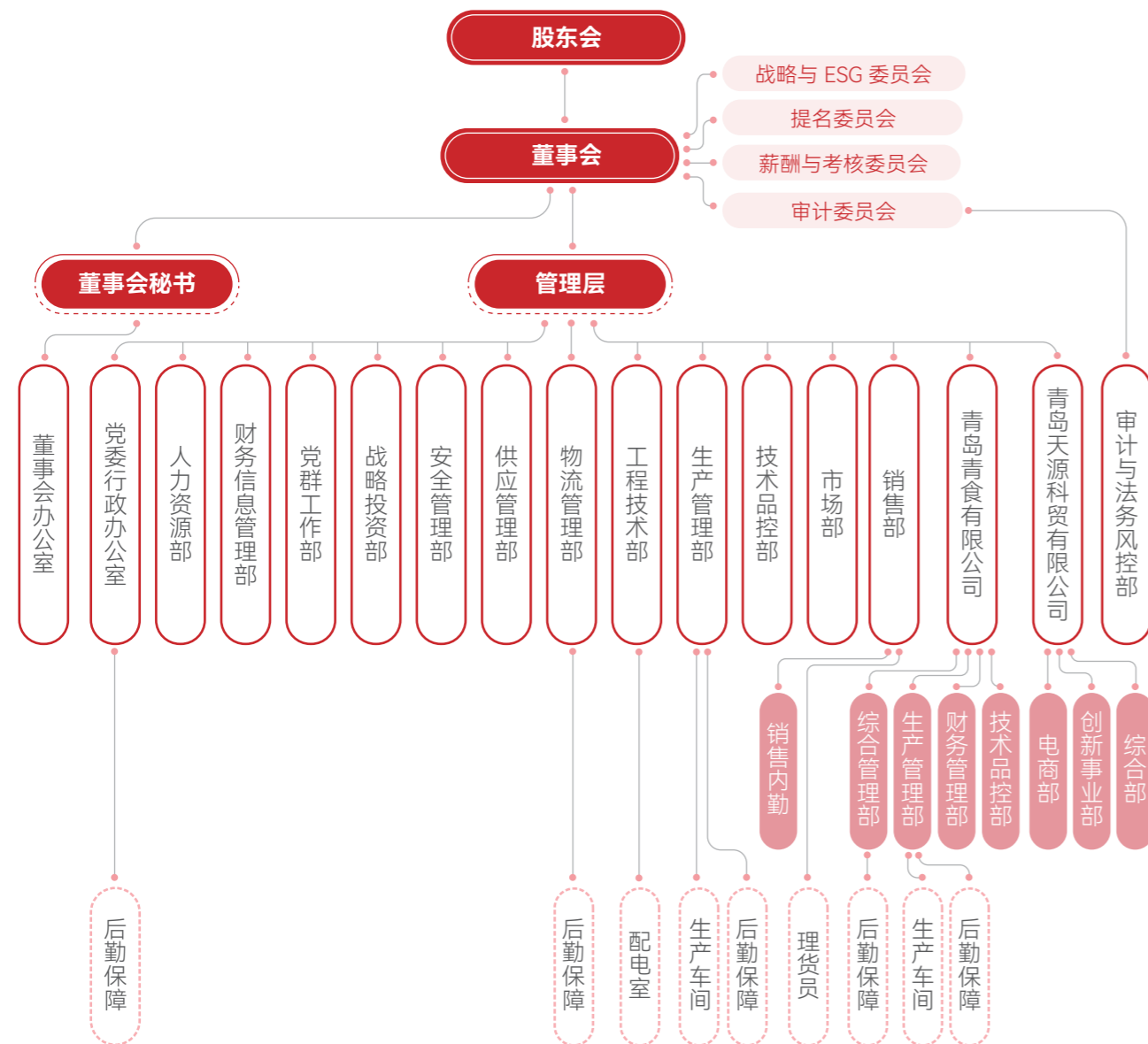
2026年是深化改革、拓展全国市场的攻坚之年。站在新的历史起点，我们将继续秉持“品质第一、创新驱动”的理念，持续丰富产品矩阵，加快全国市场布局，深化智能化与绿色化转型，让中华老字号走出山东、享誉全国。我们坚信，唯有坚守匠心、勇于变革、践行责任，方能行稳致远。

为此，青岛食品愿与各位股东、合作伙伴、消费者及社会各界朋友携手并肩，以匠心守护品质，以创新开拓未来，以责任回馈社会，共同书写百年青食的崭新篇章，为消费者创造更多健康美味，为行业贡献“青食方案”，为股东带来更可持续的回报！

走进青岛食品

公司介绍

青岛食品股份有限公司（股票代码：001219.SZ）始创于1950年，主要从事饼干与花生酱等休闲食品的研发、生产及销售，拥有饼干、花生酱、巧克力糖果、休闲食品等100多个品种，2021年在深交所上市。“青食”钙奶饼干以“精心制作60年，真情相伴四代人”而享誉山东，闻名全国，“青食”牌休闲饼干和“海友”牌花生酱等主力产品，在国内外市场具有较高的知名度和美誉度。公司曾获得中国焙烤食品糖制品工业协会认定的“中国焙烤食品糖制品行业（饼干）十强企业”等多项荣誉，“青食”品牌获商务部“中华老字号”认证，在国内饼干行业中具有重要地位。



产品矩阵



海友花生酱



青食红豆馅



“小青妮”系列



“奶龙版”鸡蛋菠萝豆



臻选1950钙奶饼干



燕麦巧克力曲奇



姜黄葛根饼干



桃酥系列



青岛食品全家福

企业文化



◎ 企业使命

奉献安全健康美味，共享简单快乐人生



◎ 企业愿景

成为有全国品牌影响力的食品集团，缔造百年青食



◎ 核心价值观

顾客满意，诚信正直，不断跨越，无限卓越

2025年荣誉

获奖时间	奖项名称	级别	授予单位	图片
2025.5	青岛非遗美食百佳奖	市级	<ul style="list-style-type: none"> 青岛市民俗学会 青岛市厨艺文化研究会 青岛齐鲁非遗挖掘保护中心 	
2025.7	中国焙烤食品糖制品行业（饼干）十强企业	国家级	<ul style="list-style-type: none"> 中国轻工业联合会 中国焙烤食品糖制品工业协会 	

获奖时间	奖项名称	级别	授予单位	图片
2025.8	2025年山东三减食品（减糖、减脂产品）	省级	山东省食品质量促进会	
2025.10	山东省食品行业感官质量五星级产品	省级	山东省食品工业协会	
2025.10	特色风味食品标志性产品名录	国家级	中国食品工业协会	
2025.11	“青岛游礼”（第一批）	市级	青岛市文化和旅游局	
2025.11	2025年山东省三减工作优秀案例	省级	<ul style="list-style-type: none"> 山东省食品质量促进会 山东省食品与餐饮行业三减联盟 	
2025.12	“山东制造鲁链优品”	省级	山东省工业和信息化厅	
2025.12	2025中国食品工业重点企业500家	国家级	中国食品工业协会	

2025年亮点绩效

经济绩效

营业收入	54,514.33 万元
归属于上市公司股东的净利润	11,087.10 万元
总资产	132,856.63 万元
归属于上市公司股东的净资产	106,041.94 万元
纳税总额	7,919.75 万元

治理绩效

股东会召开次数	2 次
董事会召开次数	5 次
独立董事占比	43 %

环境绩效

环境领域违法违规事件	0 起
温室气体排放总量	8,542.67 吨二氧化碳当量
废水、废气达标排放率	100 %

社会绩效

研发投入	511.35 万元
产品合格率	100 %
社会保险覆盖率	100 %

专题： 守正深耕主业 创新谱写新篇

研发赋能新品

自1950年成立以来，青食已走过七十载光辉岁月。作为承载几代人记忆的国民品牌，公司核心产品“青食”钙奶饼干自1961年推出以来，多次荣获国家银质奖、山东名牌等荣誉，至今仍是支撑企业整体销售规模的重要品类，构成公司坚守品质、传承经典的坚实基础。面对消费群体日趋年轻化、消费需求不断升级的市场环境，公司坚持以创新驱动高质量发展，在传承与创新之间实现动态平衡。公司秉持“研发不盲从、创新有依据”的理念，依托深度市场调研，精准把握年轻消费者对品质、新鲜感与健康化的核心诉求，持续优化产品矩阵，在守正中夯实发展根基，在创新中拓展成长空间。

多元产品，活力焕新

公司以差异化策略推动经典产品迭代升级，持续激活核心品类生命力。针对线上渠道特点，推出专属款“臻选1950钙奶饼干”，在提升产品品质的同时，实现线上线下渠道协同发展；围绕年轻消费群体便捷化、轻量化消费需求，推出“臻元”“臻萃”“臻品”系列小盒装钙奶饼干，以独立小包装形式更好适配现代生活场景。

在新品拓展方面，公司紧跟消费潮流，精准布局椰香风味赛道，推出香椰黄油、生椰奶油、金椰蜂蜜等系列新品，以年轻化口味吸引新生代消费群体；同时推出黑松露火腿苏打饼干、燕麦巧克力曲奇等创新单品，凭借丰富口感与优质原料，不断拓宽休闲食品品类边界。围绕健康消费趋势，公司融合养生理念推出姜黄葛根饼干，并对传统椰子饼干进行健康化升级，进一步完善健康食品产品线。

自主研发方面，公司推出3个口味9款花生酱新品，以优异的涂抹体验丰富“海友”产品线，满足消费者多元化餐桌需求。开放合作层面，联合绿友研发桃酥系列，凭借酥脆口感与经典风味广受喜爱；与利拉合作推出曲奇与苏打饼干，精准迎合年轻消费者口味偏好。



场景拓展，文化赋能

公司在夯实产品品质与安全管控的基础上，以消费场景创新与文化价值赋能为抓手，深化与消费者的可持续互动，推动经典品牌的年轻化与场景化升级，助力社会层面的消费文化共建。

依托官方微信公众号等数字化平台，公司构建常态化消费者互动机制，发起产品创新应用共创活动。通过发布“钙奶饼干版提拉米苏”等创意食谱教程，引导消费者将经典钙奶饼干从传统早餐冲泡场景，延伸至时尚甜点制作等多元消费场景，激发用户生成内容（UGC）传播，提升品牌与新生代消费者的契合度。

围绕中秋等传统节日，公司践行供应链协同与文化传承责任，联合中山市咀香园食品有限公司、青岛笑蕾食品有限公司等合作伙伴，打造“食尚礼月”“青韵雅月”“青食月宴”系列月饼礼盒。产品兼顾经典口味与创新配方，包装设计融合传统节日文化符号与现代审美，在满足佳节馈赠需求的同时，推动传统饮食文化的当代表达，强化社区与家庭的节日联结。



钙奶饼干版提拉米苏



特色礼盒



花生酱拌面



花生酱香蕉吐司

包装焕新，IP联动

为契合年轻消费群体的审美偏好与消费习惯，青岛食品将包装年轻化升级作为品牌焕新的重要抓手，持续推动传统品牌与新生代消费群体的深度契合。作为品牌年轻化战略的核心落地产品，“小青妮”系列精准聚焦年轻群体的便捷化消费需求，采用独立便携小包装设计，搭配清新时尚的视觉风格，同步推出50克、100克两种盒装规格，凭借差异化的产品形态与视觉呈现，上市后持续获得市场青睐，热度稳步攀升，有效提升了品牌在年轻群体中的曝光度与认可度。

在营销模式创新层面，公司积极突破传统营销边界，首次开展头部IP跨界合作，推出“奶龙版”鸡蛋菠萝豆产品。该产品基于年轻消费群体的口味偏好，优化配方体系、合理降低甜度，同时设置30克、55克、80克三种差异化规格，搭配鲜艳醒目的IP化包装设计，成功吸引年轻消费群体的关注，有效激活品牌潮流属性，为老字号品牌注入年轻化活力，实现品牌影响力与市场关注度的双重提升。



“小青妮”系列



“奶龙版”鸡蛋菠萝豆

从市场反馈来看，目前多款创新口味产品的市场接受度已超出预期，不仅验证了公司品牌年轻化与产品创新策略的有效性，更为后续产品迭代升级、精准匹配消费需求提供了清晰的数据支撑与明确的方向指引。青岛食品以实际行动践行“守正创新”的发展理念，充分证明老字号企业既能坚守品质根基、传承品牌底蕴，也能主动顺应消费潮流、突破发展边界，依托持续的研发创新与模式升级，不断焕发品牌新生机，持续书写高质量发展新篇章。

筑牢食安防线

对于食品企业而言，食品安全是企业生存发展的生命线，更是企业向消费者作出的庄严承诺与责任担当。青岛食品深刻认识到，要赢得年轻消费群体的长期信任与认可，不仅需要贴合市场需求的产品创新，更需以过硬的产品品质作为核心支撑。为此，公司构建了覆盖“原料采购—生产加工—成品检验”全流程、全环节的食品安全管理防线，以标准化、规范化、精细化的全流程品控体系，为品牌高质量发展筑牢安全根基。

原料端：源头严控，标准引领

优质原料是保障产品品质的核心前提，也是食品安全管控的首要关口。青岛食品建立健全原料溯源管理体系，与国内多地优质原料种植基地达成长期战略合作伙伴关系，明确核心原料采购标准，确保所有核心原料均符合国家食品安全高标准要求。同时，公司积极向上游供应链延伸，深度介入原料种植与初加工环节，对种植区域的土壤、水源、种植规范等进行全流程指导、监督与管控，从源头保障原料的安全性与品质稳定性。

在供应商管理方面，公司严格执行供应商准入、考核与动态监督机制，建立供应商黑白名单制度，对不符合准入标准的新增供应商坚决予以否决，对现有供应商实施定期考核与动态优化。针对面粉等大宗核心原料，公司结合自身产品特性与品质要求，组织制定严于国家食品安全标准的企业内控标准，以更高标准、更严要求把控源头质量，确保原料品质持续稳定、符合生产需求。

生产端：全程管控，智能升级

公司在坚守传统工艺精髓、保留老字号独特风味的基础上，持续强化生产过程的精细化管理与标准化运营。以工艺巡检为核心抓手，建立常态化车间工艺核查机制，定期深入生产车间核查工艺参数执行情况，及时发现并纠正生产过程中的偏差问题；同时，定期组织生产车间现场管理专项检查，对检查中发现的问题明确整改责任与时限，全程追踪整改落实情况，确保生产环境、操作规范、卫生条件均符合食品安全相关要求。

为进一步提升生产过程的稳定性、效率与安全性，公司积极推进生产环节智能化升级，对关键生产工序实施数字化、智能化改造。这种“传统工艺传承+现代智造赋能”的模式，既坚守了老字号的风味之本，又有效规避了人工操作带来的品质波动，为产品的规模化、标准化生产提供了硬核支撑，实现了品质与效率的双重提升。

● 检验端：层层把关，公信为本

青岛食品依托省级技术中心的检测能力，建立全覆盖、全批次的检验检测体系，对每一批次原辅料、包装材料及成品，严格按照既定检验项目、检验标准开展全方位检测，做到不漏检、不漏项、不达标不上线，及时、准确出具检验数据，确保产品质量可追溯、可管控。公司始终坚守“不合格产品不出厂、不流入市场”的底线，以严苛的检验标准守护消费者“舌尖上的安全”。

针对委托加工产品，公司建立严格的全流程管控机制，实施驻厂核查与年度审核双重监督：每季度派遣专业人员驻厂，全面核查委托加工企业的食品安全管控情况、工艺执行情况及卫生管理情况；每年对委托加工厂家的食品安全管理体系进行全面审核，确保其符合公司品控标准。同时，委托加工产品进厂时实行逐批次检验制度，检验标准与公司自有产品保持完全一致，确保委托加工产品品质与自有产品同标同质。凭借扎实完善的质量管控体系，公司产品在国家、省、市、区各级市场监督管理部门的抽检中，始终保持100%合格记录，彰显了公司的品质担当。

焕新品牌建设

品牌是老字号企业最核心的无形资产，更是连接品牌历史底蕴与新时代发展的重要桥梁。青岛食品明确新时代品牌焕新的核心是让经典品牌以更贴合年轻群体的方式实现价值传递、获得市场认同。2025年，恰逢公司成立75周年，公司以此作为重要契机，依托创意营销创新、全渠道融合布局，结合深厚的品牌文化底蕴，成功实现老字号品牌与新时代消费者的深度对话与“双向奔赴”，持续提升品牌影响力与市场竞争力。

● 创意营销：突破“年龄壁垒”，深化情感共鸣，焕新品牌形象

以75周年品牌庆典为核心抓手，青岛食品策划实施了一系列兼具情感温度与话题热度的品牌营销活动，精准打破老字号与年轻群体的沟通壁垒，实现品牌情感价值的深度传递。其中，“75号甜蜜特快”复古巴士路演活动，穿梭于城市核心地标，既通过复古元素唤醒老一代消费者的品牌情感记忆，又以“复古潮”的年轻化表达吸引年轻群体打卡传播，实现老中青消费群体的全覆盖触达；“青食故事征集”活动面向全社会开展，收集到大量消费者与品牌相关的温情故事，进一步深化了品牌与消费者之间的情感联结，强化了品牌的情感认同感。

在体育营销领域，公司精准契合年轻群体的运动消费与社交需求，持续助力济南、烟台马拉松赛事，以“青食能量”为跑者提供营养支持，实现品牌理念与运动精神的深度绑定；在潍坊国际风筝节期间，打造钙奶饼干造型巨型风筝，以极具辨识度的品牌符号成为活动亮点，有效提升品牌曝光度。全运会举办期间，公司在核心商圈举办“致敬钙世英雄”主题无人机秀与灯光秀活动，以时尚化、科技化的呈现方式焕新老字号品牌形象，获得社会各界的广泛关注与积极反响，进一步拉近了与年轻消费群体的距离。



75号甜蜜特快



钙奶饼干造型风筝

● 全渠道融合：构建立体场景，传递文化价值，拓展品牌边界

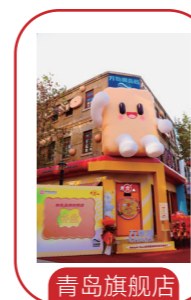
在渠道布局层面，青岛食品立足年轻化消费需求，构建“线上+线下”一体化、立体化的品牌触达场景网络，将品牌文化与消费体验深度融合，打造可触摸、可分享、可传播的品牌文化符号。线上渠道，公司精准布局新媒体消费场景，在抖音商城开设官方旗舰店，通过直播带货、短视频内容推广等方式，精准触达年轻消费群体，提升产品转化效率；同时布局社区团购渠道，优化末端配送链路，实现产品直达消费者手中，满足便捷化消费需求。

线下渠道，品牌形象店成为品牌文化传播与年轻化体验的核心载体，此类门店融合“产品展示、文化体验、互动消费”三大功能，通过文化墙、品牌历史展品等载体，系统呈现公司75年发展历程与品牌底蕴，同时为消费者提供现场品尝、互动体验等服务，增强品牌体验感。2025年，公司在济南新增品牌形象店，进一步深化区域市场布局；核心旗舰店则聚焦城市文化地标打造，助力品牌文化的常态化传播。

此外，公司积极参与各类文旅、节庆活动，持续扩大品牌曝光热度与影响力。从青岛梅花节、“跟着电影遇见爱”集体婚礼，到元宵节购物嘉年华、潍坊国际风筝节，公司通过设立品牌专属展位、开展互动体验活动等形式，与广大市民及游客实现深度链接，传递品牌文化内涵，收获了良好的社会反响与市场关注度。同时，公司持续推出兼具品牌特色与实用价值的文创产品及伴手礼礼盒，将“青食记忆”融入日常生活场景，进一步延展品牌触达边界，强化消费者的品牌情感认同与文化共鸣，推动老字号品牌文化的当代传承与创新传播。



济南线下门店



青岛旗舰店



青岛梅花节



元宵节购物嘉年华

可持续发展治理

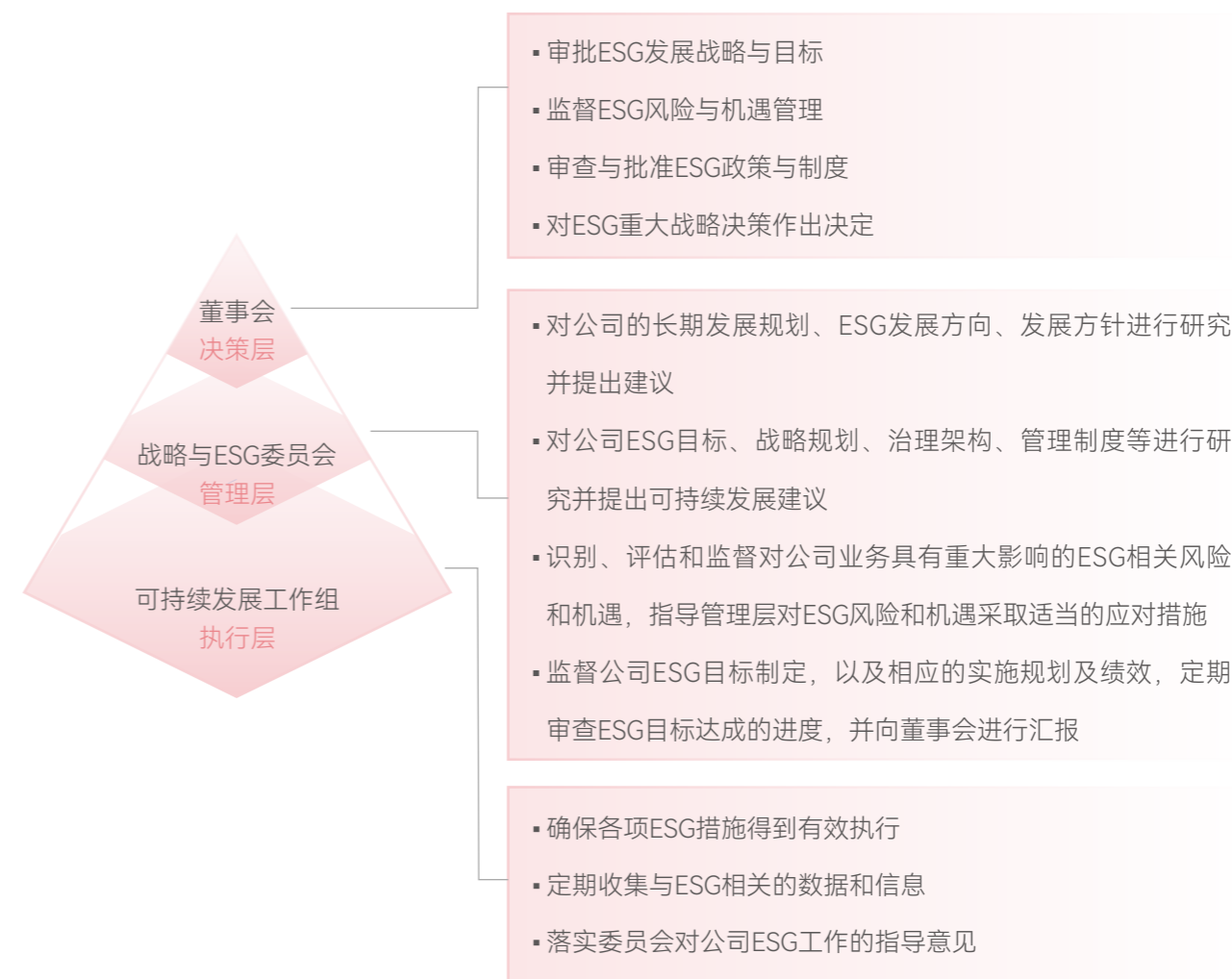
可持续发展愿景

青岛食品积极响应国家号召，始终秉持“守正创新”发展理念，以可持续价值链为导向，深化供应链“绿色协同”模式，持续优化环境、社会与治理方面的实践，推动公司在绿色生产、资源高效利用和社会责任履行等领域不断改进与提升，全力推动实现“打造百年青食”的可持续发展愿景，同时也为中国食品工业创新升级贡献力量。

可持续发展管理体系

青岛食品制定《战略与ESG委员会工作细则》，构建了由董事会、战略与ESG委员会、可持续发展工作组构成的分层递进式ESG治理架构，并明确各部门各层级权责，为公司ESG工作规范推进与可持续发展管理水平提升筑牢坚实保障。

在此基础上，公司积极开展ESG专题培训，系统总结阶段性ESG工作成效与经验，深入剖析当前管理实践中存在的薄弱环节并提出针对性改进建议，科学规划下一阶段ESG重点工作任务与实施路径，有效促进ESG理念内化与能力提升，确保治理架构高效运转与ESG战略目标稳步实现。



关键绩效:

报告期内,

■ 公司开展ESG专项培训

1次,

■ 培训参与人数

15人,

■ 培训总时长

30小时。



案例: ESG专项培训

为进一步强化公司ESG管理体系建设，提升ESG治理能力与信息披露质量，助力公司实现可持续发展战略目标，2026年1月20日，青岛食品组织开展ESG专项培训，覆盖公司经理层、各部门核心骨干及相关业务负责人，构建全方位、多层次的ESG认知与执行体系，推动ESG管理工作向规范化、精细化、专业化迈进，为提升公司ESG评级表现和市场认可度筑牢基础。

利益相关方沟通

青岛食品秉持开放包容的利益相关方沟通理念，建立覆盖供应商、员工、政府及监管机构、投资者、客户、社区等多元主体的常态化沟通机制，持续完善沟通渠道建设与诉求响应流程，确保各方关切得到及时识别与有效回应。

利益相关方	诉求与期望	沟通回应
 政府或监管机构	诚信守法经营 促进经济发展 承担社会责任	坚持依法治企 足额纳税 提供就业岗位
 股东及投资者	保障股东权益 信息披露准确 投资者关系管理	多元化投资者沟通 提升经营业绩 分红派息 信息披露及时透明
 客户	信息安全与隐私保护 提供优质产品和服务 保障客户合法权益	产品质量认证 客户满意度调查 开展责任营销
 供应商	保持良好合作 公开、公平采购 互利共赢	依法履行合同 公开、公正招标 产业链协同发展
 员工	保障员工权益 健全职业发展通道 员工关怀与福利	完善薪酬福利体系 开展多元化员工培训 建立职业晋升路径 组织各类员工活动
 公益组织或社区机构	社区建设 乡村振兴	积极开展公益活动
 媒体	信息披露准确 保持友好联系	及时完整准确信息披露 加强日常沟通

重要性议题管理

青岛食品就可持续发展议题开展财务重要性与影响重要性评估，参考《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》等监管要求，建立可持续发展议题的重要性评估机制，从财务重要性与影响重要性双重维度系统识别实质性议题。鉴于本报告期内公司主营业务结构、经营模式及所处行业环境均未发生重大变化，经评估确认上一年度识别的实质性议题仍具有高度相关性 with 适用性，故本年度予以沿用，以确保ESG信息披露的连续性、一致性与可比性，便于利益相关方进行纵向比较与分析。

步骤一：

了解公司背景

基于全球大趋势、行业背景、商业模式等多维度分析，系统识别公司的利益相关方以及公司面临的各类影响、潜在风险与发展机遇。



步骤二：

议题初步筛选

参考可持续发展报告标准GRI、联合国可持续发展目标SDGs、气候相关财务披露工作组披露建议TCFD，以及国内外同行业相关议题，形成公司可持续发展相关议题库。



步骤三：

议题重要性评估

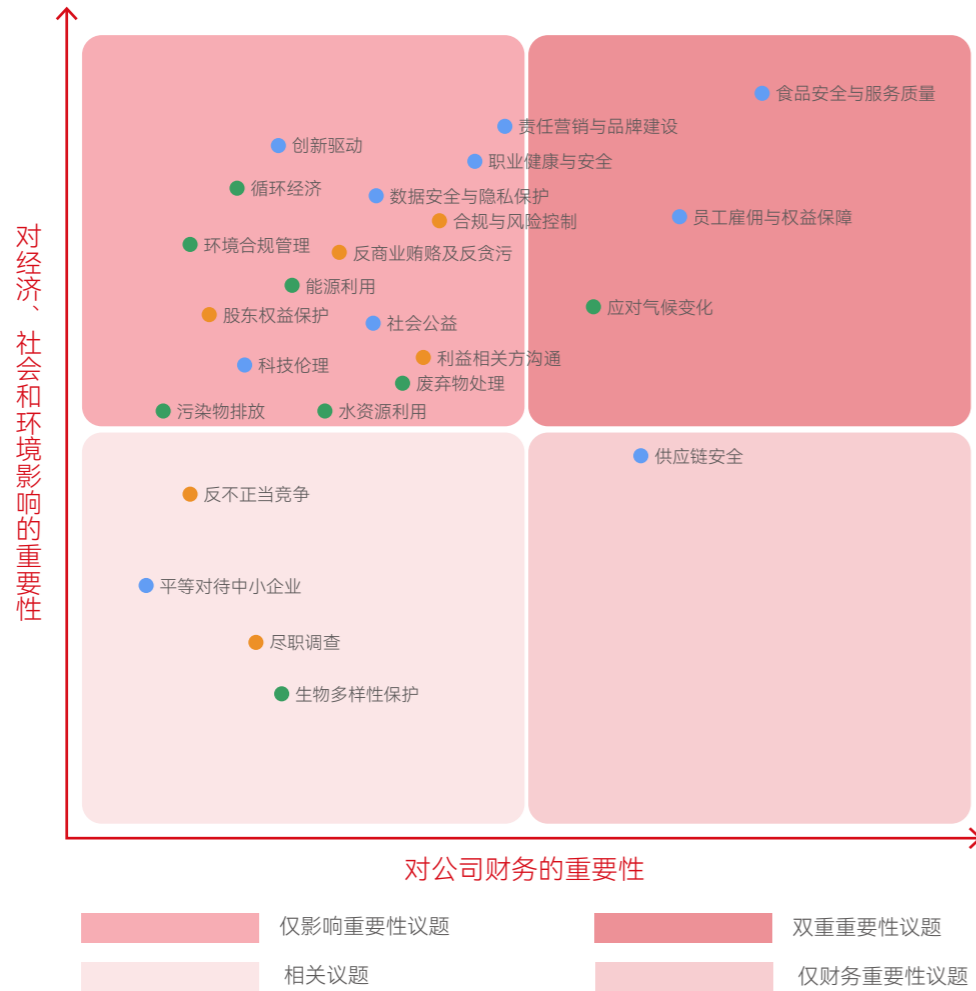
梳理各议题对外部环境、社会和经济的潜在或实际影响，并通过问卷调研和专家判断相结合的方式，对各议题的财务重要性及影响重要性进行深入分析。



步骤四：

议题确认

形成影响重要性和财务重要性议题清单，并确保相关议题透明、平衡且完整地披露于报告中。



重要性程度	ESG议题
双重重要性议题	食品安全与服务质量、员工雇佣与权益保障、应对气候变化
仅财务重要性议题	供应链安全
仅影响重要性议题	责任营销与品牌建设、创新驱动、职业健康与安全、循环经济、数据安全与隐私保护、合规与风险控制、环境合规管理、反商业贿赂及反贪污、能源利用、股东权益保护、社会公益、利益相关方沟通、科技伦理、废弃物处理、污染物排放、水资源利用
相关议题	反不正当竞争、平等对待中小企业、尽职调查、生物多样性保护



01

筑牢合规根基 提升治理效能

► 本章所涉及的ESG重要议题

- 合规与风险控制
- 反商业贿赂及反贪污
- 股东权益保护
- 反不正当竞争
- 利益相关方沟通
- 尽职调查

► 本章所回应SDGs



党建引领

组织建设

青岛食品高度重视党组织建设工作，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本指引，深入学习领会党的二十大、二十届二中及三中全会精神，切实把党的政治建设要求落到实处，构建层级清晰、覆盖全面、功能明确的党组织架构，确保党的组织体系与业务体系深度融合，以组织力提升推动发展力跃升。



关键绩效:

报告期内,

■ 公司党委数量	■ 党支部数量	■ 召开党委会次数	■ 党员数量为
1个,	4个,	49次,	78人。

思想建设

青岛食品始终坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，严格落实“第一议题”制度，持续深化理论武装，筑牢全体员工思想根基。公司牢牢把握政治方向、舆论导向、价值取向，严格落实意识形态工作责任制，不断提升党员干部政治判断力、政治领悟力、政治执行力，通过与外部党支部开展党建联建活动，把思想政治工作与公司治理、生产经营深度融合，以高质量党建引领公司高质量发展，凝聚起干事创业、担当作为的强大合力。

关键绩效:

报告期内,

- 青岛食品党委组织开展特色化主题党日活动 **28次,**
- 开展各类学习教育活动 **92次。**



案例：党建搭桥强联动 警企共建启新章

2025年12月12日，公司机关党支部携手青岛市公安局李沧分局振华路派出所党支部、交管支队李沧大队七中队党支部，共同签署党建联建协议书，正式开启以党建为引领、警企紧密联动的全新篇章。此次联建标志着三方在组织共建、资源共享、发展共促方面迈出坚实步伐，通过搭建“党建+警务+企业”协同平台，推动构建“理论共学、阵地共建、活动共联、实事共办、发展共促”的基层党建联建新格局，为深化基层治理创新、优化区域营商环境、服务高质量发展注入强劲红色动能。



警企共建



青食公司党支部与文泰商学党支部
开展党建共建活动



公司党委与中建八局四公司党委
开展党建联建活动

党纪建设

青岛食品始终将党的纪律建设摆在突出位置，坚持严的基调不动摇，严格尊崇党章党规党纪，深入学习贯彻《中国共产党纪律处分条例》，常态化开展纪律教育、警示教育和廉洁教育，引导全体党员干部知敬畏、存戒惧、守底线。公司严格落实全面从严治党主体责任，强化纪律执行与监督约束，持之以恒正风肃纪，坚决纠治作风问题，着力营造风清气正、纪律严明、担当作为的良好政治生态和干事环境，为企业高质量稳健发展注入强劲持久的红色动能。



廉洁文创产品



廉洁风险防控体系手册



廉洁从业我承诺活动



廉洁从业我承诺活动

案例：“清廉从业 廉洁守纪”警示教育活动

2025年11月25日，为强化党员廉洁自律意识、筑牢拒腐防变思想防线，公司以“清廉从业 廉洁守纪”为主题开展主题党日活动。各党支部党员代表走进崂山道廉文化馆，在讲解员引导下，依次参观“德廉之道”等主题展厅，深入领悟《道德经》《庄子》中的廉政智慧。此次活动推动党员带头践行廉洁从业要求，将清廉自觉融入项目攻坚、合规经营等工作，以廉洁作风为公司高质量发展筑牢纪律保障。



主题党日活动

关键绩效：

报告期内，

青岛食品组织开展参观警示教育基地、“廉洁从业我承诺”、端午廉洁文化活动、观看警示教育片等廉洁教育活动累计**12**次，培训课时超**50**小时。

党建品牌建设

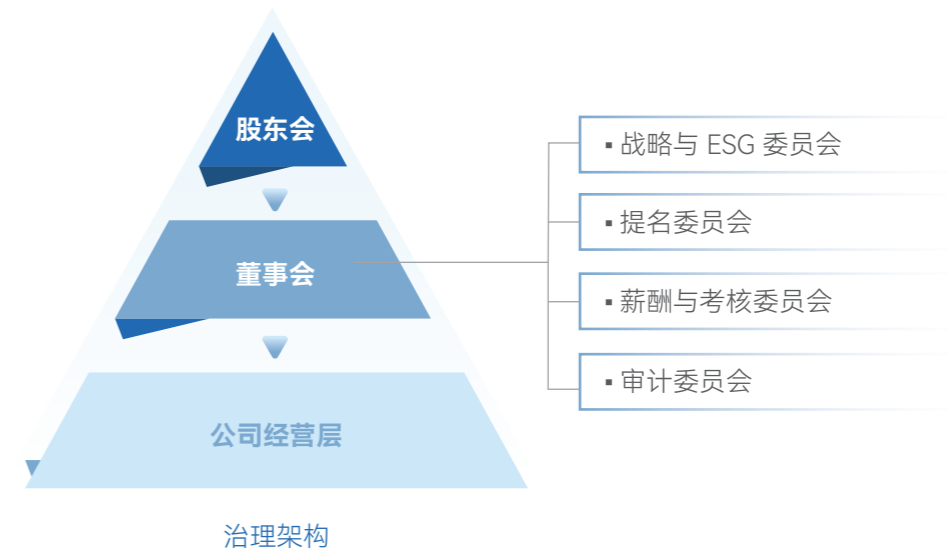
青岛食品立足新时代党建工作要求，以品牌化思维提升党建工作质效，以“红心铸魂 青心为您”党委党建品牌为统领，分层推进“一支部一品牌”建设，构建上下联动、特色各异的党建品牌矩阵，推动党建工作与生产经营同频共振、互融互促。公司持续深化“党建+”融合工程，在赓续企业精神中强化红色引领，在深耕产品品质中践行初心使命，在提升客户体验中彰显责任担当，全面释放党建引领企业发展的“红色”动能，推动党建工作创特色、树标杆、见实效。

 <p>青岛食品党委 “红心铸魂 青心为您” 党委党建品牌</p>	 <p>青食有限党支部 “聚力同心 振翼发展” 党建品牌</p>	 <p>市场营销部党支部 “旭日扬帆 红舟远航” 党建品牌</p>	 <p>安全生产部党支部 “聚焦红色领航 筑牢两条红线” 党建品牌</p>	 <p>机关党支部 “岗位建功 创新创造” 党建品牌</p>
--	---	--	---	---

公司治理

治理结构

青岛食品严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规及监管要求，以《公司章程》为基础，建立健全内部控制、风险管理、信息披露等配套治理制度，构建了由股东会、董事会、高级管理层组成的“两会一层”治理架构，形成权责法定、协调运转、有效制衡的治理机制，维护公司、股东、债权人等主体的合法权益，持续提升公司治理水平。



股东会

青岛食品股东会是公司的权力机构。公司严格遵循《公司章程》《股东会议事规则》等相关规定，规范股东会的召集、提案与通知、表决和决议等全流程运作，确保股东依法行使知情权、参与权、表决权等各项权利。公司股东会包括年度股东会和临时股东大会，依法行使重大事项决策权。在表决机制设计上，股东以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权；同时审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票，充分维护中小投资者合法权益。

关键绩效：

报告期内，

公司共召开股东会**2**次，
审议并通过议案**29**项。

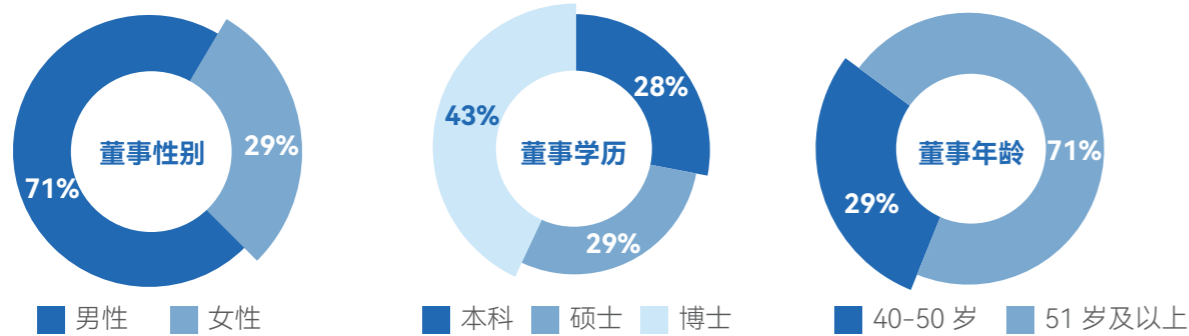
董事会

公司设立董事会为经营决策机构，对股东会负责。青岛食品制定《董事会审计委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会议事规则》《董事会战略与ESG委员会工作细则》等管理制度，通过设立战略与ESG委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会4个专门委员会，明确各专门委员会权责边界与履职规范，促使董事和董事会有效地履行其职责，提高董事会规范运作和科学决策水平，为公司稳健运营与长远发展保驾护航。



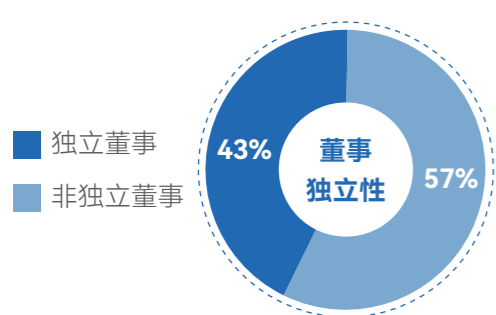
董事会多元化

公司秉持董事会多元化治理理念，围绕行业经验、年龄、教育背景、性别等维度优化董事构成，确保公司决策的公正性和合理性。多元化的董事会架构实现了专业能力互补、决策视角多元，保障董事会决策能够充分融合各领域专业见解，有效提升决策的科学性、全面性与前瞻性，助力公司实现高质量可持续发展。



董事会独立性

青岛食品依据《中华人民共和国公司法》《上市公司独立董事管理办法》等法律和规范性文件，以及《公司章程》相关规定，制定了《独立董事工作制度》，为独立董事独立、规范、有效履职确立明确准则与操作依据。公司独立董事严格恪守制度要求，始终保持独立履职状态，不受公司及其主要股东、实际控制人等单位或个人的影响，对公司及全体股东履行忠实与勤勉义务。在公司董事会运作过程中，独立董事充分发挥参与决策、监督制衡、专业咨询的核心作用，深度参与董事会各项议事决策环节，对公司潜在重大利益冲突事项进行严格监督，为公司经营发展提供专业客观的意见建议，切实维护公司整体利益，保护中小股东的合法权益。



董高薪酬管理

青岛食品董事会薪酬与考核委员会负责制定董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查董事、高级管理人员的薪酬决定机制、决策流程、支付与止付追索安排等薪酬政策与方案，构建了规范完善的董事及高级管理人员薪酬管理与考核体系。

报告期内，公司发布了第十一届董事会董事薪酬津贴方案和第十一届董事会高级管理人员薪酬方案，进一步明确薪酬管理规则。董事长和高级管理人员实行年薪制，薪酬结构包含年度薪酬与任期激励收入，其中任期激励收入与企业负责人任期经营业绩考核结果挂钩的收入，结合实际任职时间和任期经营业绩考核结果确定。非独立董事按照所担任的实际工作岗位在公司领取薪酬，未在公司担任实际工作的非独立董事，不在公司领取任何薪酬。

此外，公司建立了支付与止付追索安排机制，通过科学的薪酬结构与严格的责任追索机制，实现了激励与约束的有效平衡，既保障董事及高管人员正当权益，又确保薪酬水平与经营绩效、风险责任相匹配。



投资者关系管理与股东权益

信息披露

青岛食品制定并完善《内幕信息知情人登记制度》《信息披露事务管理制度》《重大信息内部报告制度》等制度，规范信息披露行为，加强信息披露事务管理，持续提升公司信息披露管理水平，确保信息披露的真实性、准确性、完整性与及时性，以高透明度切实维护投资者的知情权、参与权。

与此同时，公司建立重大信息内部报告和内幕信息知情人登记备案制度和责任追究机制，明确报告范围、责任与程序，规范内幕信息管理与保密要求，对信息披露违规行为视情节给予批评、警告、解除职务等处分，对涉嫌违法的追究相应法律责任，确保信息披露工作全面合规有序。

关键绩效:

报告期内,

公司对外披露公告文件 104份, 其中定期报告 6份, 临时公告 98份, 公司未发生因信息披露违规导致的处罚事件。

资本市场舆情管理

青岛食品制定《舆情应急处置预案》，以维护品牌形象、保障市场稳定为核心，遵循统一领导、分级负责、快速反应等原则，构建了完善的资本市场舆情应急处置体系。公司设立舆情处置工作领导小组及舆情管理办公室，明确各部门职责分工、重点舆情监控方向及处置办法，形成闭环处置管理机制，维护投资者合法权益与公司声誉。同时，公司依据影响范围、传播速度等维度将舆情分为一般舆情、敏感舆情、重大舆情及特别重大舆情，并根据舆情种类采取查明事实真相、发布官方通告、制定处理方案等多种措施，保持营造良好外部舆论环境，维护公司品牌形象与社会声誉。此外，公司通过舆情监测与预警机制，强化源头防控，定期开展舆情管理相关培训，提升应急处置能力，防范股价异常波动风险。

投资者关系管理

青岛食品制定《投资者关系管理制度》，明确投资者关系管理的内容及方式、组织机构及职责，公司遵循合规、平等、主动、诚实守信原则，通过公司官网、深圳证券交易所网站和深圳证券交易所投资者关系互动平台等渠道，采取股东会、投资者说明会、路演、分析师会议、接待来访、座谈交流等方式，与投资者进行沟通交流，传递业务进展与投资价值。同时公司积极召开投资者说明会，通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，增进投资者对公司的了解和认同，保障投资者合法权益，以提升公司治理水平和企业整体价值。

关键绩效:

报告期内,

公司举办投资者开放交流会次数 2次, 接待投资者现场调研次数 5次,

接待投资者现场调研人次 13人次, 在互动易与投资者互动 36次, 回复率 100%。

股东回报

公司制定《利润分配管理制度》，结合自身经营发展实际，建立起长效、科学且稳定的股东分红回报机制。公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。同时，公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑企业盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，根据公司实际情况，制定股东分红回报规划，保障公司利润分配政策的连续性和稳定性，增强投资者的信心。

年份	每股现金分红 (单位: 元/股)	现金分红(含税) (单位: 万元)	占合并报表中归属于公司股东 净利润的比例(%)
2023	0.3	4,499.63	52.26
2024	0.3	5,849.51	60.01
2025(利润分配预案)	0.35	6,824.43	61.55

合规经营与风险管理

合规内控

青岛食品秉持“全面性、重要性、制衡性、适应性、成本效益”原则，严格恪守《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》《企业内部控制基本规范》等规章文件，制定《内部控制总体规则》《内部控制管理评价办法》《内部审计管理办法》等配套制度，建立健全合规内控管理体系。公司搭建董事会、董事会审计委员会、审计与法务风控部联动的组织架构，明确各层级、各部门、各岗位的合规内控职责，优化销售业务、存货管理等关键环节的内部控制流程，筑牢合规经营根基。

同时，公司设立内部控制评价工作组，完善涵盖方案制定、现场测试、缺陷认定、报告编制等关键环节的内部控制评价程序，围绕内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督五大要素开展全面评价，及时识别并防范风险，筑牢合规经营与可持续发展根基。

关键绩效:

报告期内,

公司出具内部控制审计报告 1次, 监督完成审计问题整改共计 12项, 开展专项审计项目 5项,

对募集资金进行专项检查 4次, 工程类审计结算项目 13项, 发现审计问题 44项, 提出整改建议 30项。

风险管理

公司建立完善的风险管理机制，通过全面收集内外部信息，有效开展各类风险的识别、评估与管控工作。公司采用定性与定量相结合的方法，根据风险发生的可能性及影响程度进行排序，明确风险优先控制事项，并结合自身风险承受度，权衡风险与收益后制定实施针对性控制措施，确保各类风险处于可控状态。

同时，公司综合运用风险规避、风险降低、风险分担和风险承受等应对策略，提升风险管控有效性，并结合不同发展阶段与业务拓展实际，持续收集风险动态变化相关信息，及时开展风险再识别、再分析，动态调整风险应对策略，保障风险管理工作与公司发展相适配。

案例：风险管控及流程管理培训

2025年9月12日，公司审计与法务风控部联合人力资源部，依托公司“青食大讲堂”平台，面向公司领导班子成员、各部门负责人及相关业务骨干，组织开展风险管控及流程管理专题培训。此次培训全面提升了公司管理人员的合规经营意识与风险防控能力，持续强化内部控制体系建设，推动公司管理效能与治理水平再上新台阶。



风险管控及流程管理专题培训

税务管理

青岛食品严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国税收征收管理法》等税务法规，制定《税务管理办法》，构建了包含事前预防、事中控制、事后应对的全流程税务管理体系。事前预防阶段以制度建设为基础，依托内控制度完善税务管理，关注税收政策变化，定期开展税务合规培训，从源头减少税务操作失误与政策理解误判。事中控制阶段，公司强化发票管理、申报审核，规范税务筹划工作，确保业务处理与税务处理保持一致。事后应对阶段，公司做好税务稽查准备、妥善解决税务争议，针对出现的税务问题，公司及时完成问题整改优化，尽可能降低税务处罚损失和对公司声誉的影响。报告期内，公司未发生任何重大税务违规行为，未涉及任何税务相关的重大诉讼、仲裁事项。

关键绩效：

报告期内，

公司纳税总额为

7,919.75万元。

商业道德

反商业贿赂及反贪污

青岛食品严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，制定了《员工奖惩管理规定》《员工失职失责责任追究暂行规定》《合同管理办法》等制度，通过签订廉洁承诺书，规范员工从业行为，保障公司经营活动合法合规开展。公司制定了明确的奖惩管理机制，对员工的失职失责行为严

格开展追责问责，同时针对员工挪用、侵占公司财物等贪污舞弊行为，明确了相应的惩处标准与执行要求，强化全员合规从业的行为约束。同时，公司定期开展商业道德培训，强化全员廉洁从业的意识与素养，从思想源头筑牢廉洁自律防线。

此外，公司依据《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》等相关要求，对各部门日常业务中合同签署、采购招标金额10万元以上的事项，均要求同步签订《合同廉洁承诺书》《合同简要报告》《招标廉洁承诺书》《招标项目简要报告》，从业务关键环节筑牢廉洁风控防线，有效防范廉政风险与利益输送问题。报告期内，公司未发生商业贿赂及贪污事件相关的重大处罚。

关键绩效：

报告期内，

公司党员廉洁协议签署率

100%。

案例：端午职工廉洁文化活动

2025年5月27至28日，青岛食品党委组织两厂区职工并邀请共建单位职工，开展莲花扭扭棒盆栽与廉政主题剪纸手工制作活动。活动以“莲”寓“廉”，将传统手工技艺与廉洁文化有机融合，引导职工在动手实践中感悟“出淤泥而不染”的廉洁精神内涵。此次活动创新了廉洁教育载体与形式，推动廉洁文化从理念宣导向沉浸体验转变，有效提升了廉洁教育的参与度与认同感，进一步筑牢了职工拒腐防变的思想防线。



端午职工廉洁文化活动

反不正当竞争

青岛食品严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，制定《促销管理制度》等制度，规范市场促销活动管理，通过完善渠道管理、举报机制、监督机制等促销活动全流程管理举措，推动促销管理工作制度化、规范化，防范不正当竞争行为，维护诚信、公平、有序的市场秩序与商业环境。

举报机制

青岛食品高度重视举报管理与举报人保护工作，建立健全举报投诉制度及举报人保护制度，坚持保密原则，严禁对举报人打击报复，切实保障举报人的知情权、参与权与监督权。公司专门设置举报专线，并张贴“全国食品安全内部知情人举报系统”二维码，直接连线市场监管部门，明确举报投诉的处理流程、办理时限及具体办理要求，保障举报渠道畅通、处理规范高效，维护举报人合法权益。

02

践行绿色低碳 深化污染防治

▶ 本章所涉及的ESG重要议题

- 应对气候变化
- 污染物排放
- 环境合规管理
- 废弃物处理
- 能源利用
- 循环经济
- 水资源利用
- 生物多样性保护

▶ 本章所回应SDGs



应对气候变化

气候治理

在当前全球气候变化挑战及中国“双碳”目标深入推进的背景下，青岛食品积极遵循国内外可持续发展披露框架，系统强化气候治理。公司将应对气候变化纳入ESG核心管理议题，并设立战略与ESG委员会，负责相关战略与政策的制定、监督与实施，确保各项环保措施有效落地。公司始终坚持将绿色低碳理念深度融入生产经营全流程各环节，全面提升应对气候变化抗风险能力，以实际成效履行气候责任。

气候战略

风险类型	风险描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	财务影响说明	应对措施
物理风险	急性风险 洪水、干旱、极寒等极端天气事件日益频繁，可能直接损坏生产设施，也会影响原材料供应的稳定性与生产的连续性，对企业运营构成双重挑战。	低	高	短期 中期	运营	高	运营成本增加 营业收入减少	制定并实施专项应急预案，通过配备应急物资、加强天气监测预警、并定期组织演练，系统提升防灾应对能力。
	慢性风险 气候变化推高工作场所平均温度，带动制冷需求增长与能源价格波动，进而加大生产成本压力。	低	中	中期 长期	运营	中	运营成本增加	升级高效制冷设备，加强建筑隔热，利用可再生能源，降低能源成本。
转型风险	政策和法律风险 碳排放政策趋严可能导致罚款与限产，进而拖累市场竞争力，造成份额流失。	低	中	短期 中期	运营	中	运营成本增加	推进节能降碳工艺改进，并提高清洁能源使用比例。

*本报告所指影响时间范围均为：短期影响一年以内，中期影响1-5年，长期影响5年以上。

机遇类型	机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	财务影响说明	应对措施
能源替代	气候变化驱动公司提高清洁能源使用比例，从而有效抵御传统能源涨价带来的成本压力。	中	中	中期	运营	中	运营成本降低	公司积极规划清洁能源部署，并系统推进设备能效升级，通过提升资源效率直接削减能耗与成本。
政策机遇	国家“双碳”目标持续深化，及时适应相关政策并开展节能技改项目可获得相关政策、资源倾斜。	中	中	中期 长期	运营	高	营业收入增加	公司积极开展节能减排，通过更换节能设备、精细化能源管控等多元举措助力“双碳”目标实现。

影响、风险和机遇管理

公司系统识别应对气候工作过程中的物理风险、转型风险及其潜在机遇，同时结合国家法规和公司运营实际，对所识别的风险与机遇进行界定。在此基础上，公司从财务、运营及声誉等维度开展评估研判，合理预判影响程度与时间周期，确定风险管控与机遇把握的优先级。针对已识别的关键风险与机遇，公司制定对应的应对策略、管理措施与行动方案，持续提升气候风险管理水平，保障企业长期稳健可持续发展。

指标与目标

公司温室气体排放主要来自生产、运营及运输过程，主要排放类型为二氧化碳。公司积极响应国家“双碳”战略目标，系统化推进减排行动，通过落地能效提升项目，积极规划太阳能应用等一系列措施，公司将为实现“双碳”目标贡献力量。

温室气体排放情况		
指标	单位	2025年
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	8,542.68
直接温室气体排放量（范围一）	吨二氧化碳当量	2,609.19
间接温室气体排放量（范围二）	吨二氧化碳当量	5,933.49
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万营收	15.67

注释：本报告所披露的温室气体排放总量涵盖范围1温室气体排放量、范围2温室气体排放量，计算标准参考《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》附录二、《2023年电力二氧化碳排放因子》；
温室气体统计范围包括青岛食品总部、青食有限、海友汇泉及天源科贸；
范围1温室气体排放量涵盖汽油、柴油、天然气；
范围2温室气体排放量涵盖消耗外购电力。

环境管理

环境合规管理

环境管理体系

青岛食品严格遵循《中华人民共和国环境保护法》等相关法律法规，积极响应国家“双碳”目标等绿色发展战略，将环保理念深度融入企业文化建设与生产经营全流程，制定《环境因素识别管理制度》等环境管理制度，确立“绿色生产、低碳生活”核心环保战略，以打造环境友好型企业为发展目标，构建起权责清晰、管控有效的环境管理体系。

公司设立专门环保委员会，全面统筹环保策略的规划制定、落地实施与监督考核，层层压实环保责任，确保各项环保举措落地见效、执行到位，推动环保管理工作制度化、规范化，将可持续发展理念融入企业经营全链条，以实现生产经营与生态环境保护的协同发展。截至报告期末，公司已通过环境管理体系认证。



环境管理体系认证证书

此外，青岛食品锚定环境管理目标，强化全流程环境管控，系统推进各项管控工作落地见效，有效防范各类环境风险，切实履行企业环保社会责任，减少生产经营对周边环境的影响。

环境管理目标	2025年达成情况
生产用电、燃气等能源消耗符合定额要求	达成
火灾事故0发生	达成
固废分类处理率100%	达成
噪声排放低于国家标准	达成

关键绩效:

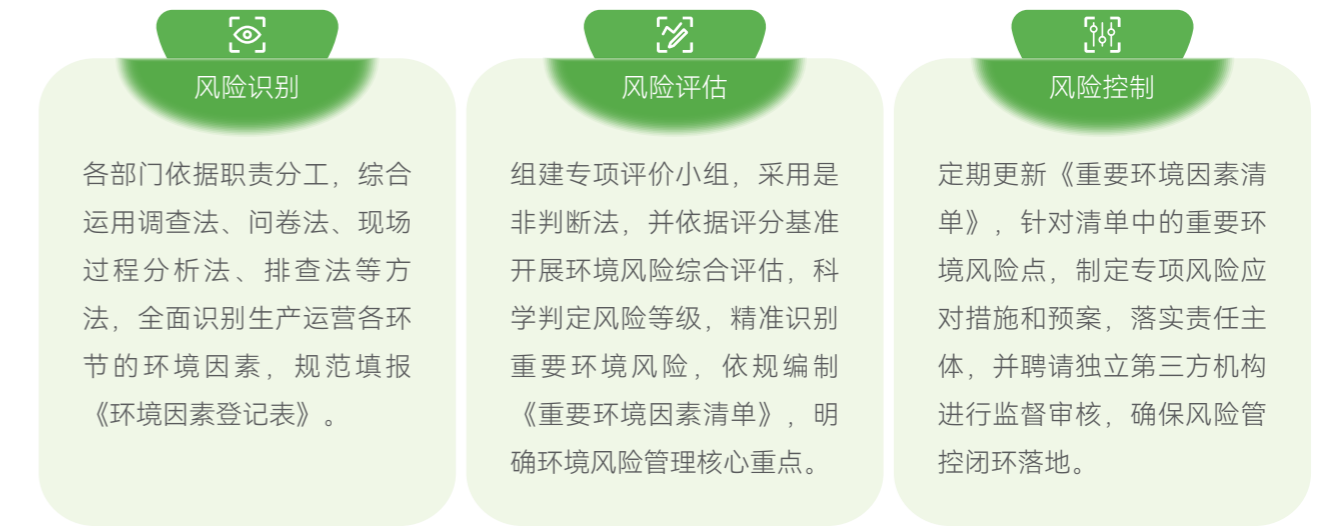
报告期内,

公司环保投入
9.26万元,

未发生因违反环境领域
相关法律法规而受到处罚事件。

环境风险管理

为强化环境风险管理、筑牢风险防控防线，公司遵循《环境因素识别管理制度》，成立环境因素识别小组，建立跨部门风险应对协作机制，系统识别生产运营各环节中的环境影响因素，推动环境因素全流程管控落地，切实实现环境风险的前置防范与闭环管理。



环境应急管理

青岛食品聚焦风险防控核心，健全应急管理体系，制定《消防安全应急准备和响应控制制度》及综合应急预案，设立专门的安全管理部统筹推进企业整体应急管理各项工作；同时明确应急管理全流程的职责分工、实施标准与工作流程，搭建规范化的应急准备、响应处置及复盘改进闭环管理机制，常态化开展应急演练，持续完善应急保障体系，强化全员风险防范与应急处置的意识和能力，全面提升企业综合应急管理水平，有效防范化解各类环境安全风险，切实保障企业生产经营有序开展，守护人员与财产安全。

环保培训与宣贯

青岛食品高度重视环保教育与普及，常态化开展环保培训与宣贯工作，通过专题讲座、主题活动、资料发放等多元形式，强化员工环保认知与实操能力，引导全员将环保要求落实到日常工作中；同时依托媒体渠道向社会公众普及环保知识、分享企业环保实践成果，既推动形成全员参与的环保氛围，也积极传播绿色理念，助力提升社会公众环保意识。

关键绩效:

报告期内,

公司环保培训总时长 | 共计

702小时, **468**人次参与。

污染物排放

青岛食品始终秉承绿色生产核心理念，将污染物排放管控贯穿生产经营全流程，坚持多措并举推动污染物减排降耗。公司持续加大环保投入，积极引进先进环保设备与治理技术，有序推进老旧生产及环保设备的淘汰与更新升级，同步优化生产工艺参数，有效减少生产过程中各类污染物的排放，报告期内实现废水、废气全面达标排放。

废水管理

公司严格遵循《中华人民共和国水污染防治法》等国家相关法律法规及地方环保监管要求，结合自身生产经营特点，制定并完善《废气和污水排放控制制度》，确保污染物排放合法合规、可控可溯。公司配套建设了符合生产规模的污水处理设施及完整的排水系统，生产及生活废水经收集后，通过污水处理设施进行分级过滤、净化等标准化处理，各项指标经检测达标后，方可排入市政排水管网，从源头杜绝废水乱排乱放现象。2025年，由于部分产品扩产、清洗要求加严、净水设备增加等原因，公司废水排放量较去年有所增长，公司积极规划废水回收再利用措施，持续推进废水减排工作。

指标	单位	2025年排放情况
废水排放总量	吨	50,070.40
废水排放强度	吨/百万营收	91.85

废气管理

公司生产全过程无工艺废气排放，从源头实现了大气污染物的有效管控。内部供暖系统采用清洁天然气能源，燃烧高效清洁、排放指标优良，进一步降低大气污染物排放水平。报告期内，公司废气排放符合国家环保标准。

废弃物管理

公司根据《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》，制定并严格执行《固体废弃物排放控制制度》，明确废弃物分类、储存及处置各环节的责任要求、操作规范和管控标准，构建合规可控的废弃物管理体系。公司严格实行废弃物分类管理制度，结合生产经营及厂区实际，将各类废弃物规范划分为可回收物、有害垃圾、湿垃圾和干垃圾四大类，在厂区各生产车间、办公区域、生活区合理设置分类收集设施，确保实现各类废弃物分类投放储存，杜绝混放混收现象，并对各类废弃物采取差异化处置措施，确保各类废弃物处置合法合规。

废弃物类型	处置措施
可回收物	积极对接具备资质的专业回收企业，建立长期稳定合作机制，实现废弃物的资源化利用。
有害垃圾	委托具备相应处置资质的单位进行安全无害化处置，严防有害垃圾泄漏造成环境污染。
湿垃圾和干垃圾	分类收集，按照规范流程进行集中清运和无害化处理。

噪声管理

在噪声污染管控方面，公司严格遵循《中华人民共和国噪声污染防治法》相关要求，制定《噪声控制制度》，通过使用吸声材料、设置隔音屏障、合理规划生产车间布局等措施从源头及传播途径降低噪声，确保噪声排放符合国家及区域相关标准。同时，公司为员工配备耳塞等个人防护用品，切实保障员工职业健康，有效防范噪声对周边环境及人员造成影响。

践行绿色运营

绿色办公

公司深入践行绿色发展理念，积极倡导节能减排与低碳循环发展模式，将绿色办公理念融入日常运营全流程，以数字化、智能化转型为抓手，持续推进办公领域减碳降耗，切实履行企业低碳发展责任。公司积极探索并落地智能化生产与办公融合模式，搭建专属协同办公平台，有序推进办公流程数字化升级，核心业务办公流程逐步实现全线上化流转，有效降低了办公耗材的消耗总量，实现办公效率与低碳环保双向提升。同时，公司积极引导全体员工养成节约用电、节约用水、低碳办公的良好习惯，全方位推动绿色办公理念落地生根，助力企业实现低碳可持续发展。

- 张贴节水节电宣传标语，增强全员环保意识
- 推行文件双面打印，减少办公耗材消耗
- 严格落实空调管控，夏天空调温度不得低于26℃
- 倡导员工乘坐公共交通，绿色出行

绿色供应链

青岛食品高度重视绿色供应链建设与管理，致力于构建环保、高效、可持续的供应链体系。公司以数字化赋能供应链绿色转型，正加快构建供应链协同平台，着力推动供应链从分散运营向集约化、绿色化升级。该平台建成后，将助力供应商、经销商、物流服务商实现信息实时共享与精准对接，有效降低资源消耗、产品损耗及碳排放。在供应商管理方面，公司推行绿色采购政策，优先选择采用环保材料、清洁生产技术且环保记录良好的供应商，从源头把控绿色水平。同时，公司积极与上下游企业推动循环经济发展，与销售商合作推广环保理念与产品，提升消费者环保认知。通过全链条绿色合作，公司持续推动供应链向绿色化、协同化、可持续化方向发展，切实履行企业低碳责任。

资源利用

能源利用

在能源管理领域，青岛食品严格遵循《中华人民共和国能源法》《中华人民共和国节约能源法》等国家法律与相关制度，制定《节能降耗管理制度》，确保各项能源使用行为合法合规，并持续提升能源利用效率。公司在生产、办公及仓储等运营环节以电力、汽油、柴油为主要能源，同时积极拓展天然气等清洁能源的应用规模，不断优化能源结构，践行可持续发展理念。

为系统提升能源利用效率，公司制定了专项能效提升计划，综合运用技术改造、设备更新与管理优化等措施，稳步推动能效水平提高。通过定期开展能效评估，公司针对高能耗环节进行专项分析与改进，确保能耗指标实现持续优化与下降。同时，公司还投资建立了能源管理系统，对生产过程中的能源消耗进行实时监控和管理，确保能源的高效利用。

2027

公司节能规划


目标

在现有能源体系基础上新增太阳能应用

节能措施

车间空调系统
节能改造


在饼干车间安装一拖三、一拖二多联式空调，应用变频节能技术，实现按需调节能耗，相比传统空调显著减少能源浪费，从而降低生产环节的碳排放与运营成本。



多联式空调

机房设施升级
与能效提升

通过对机房进行升级改造，部署包括服务器、存储、灾备与UPS系统在内的核心设备，并采用制程更先进的芯片，在保障相同或更高算力的同时，实现功耗显著降低，有效提升能源利用效率，减少机房运行能耗。



机房

能源消耗关键绩效：

指标		单位	2025年
直接消耗	天然气	万立方米	119.09
	汽油	吨	4.56
	柴油	吨	6.75
间接消耗	外购电力	千瓦时	9,329,402.31
能源消耗总量		吨标准煤	2,747.03
能源消耗强度		吨标准煤/百万元营收	5.04

注释：
 能源使用的统计范围为青岛食品总部、青食有限、海友汇泉及天源科贸，消耗的直接能源包括天然气、汽油、柴油，间接能源主要为外购电力；
 能源消耗总量是按照《综合能耗计算通则》（GB/T2589-2020）换算因子进行核算。

水資源利用

公司生产制造与办公生活用水均取自市政供水系统，水源供应稳定，水资源风险较低。公司严格遵循《中华人民共和国水法》《中华人民共和国循环经济促进法》等国家法律法规，通过强化节水意识、推广节水设施等措施，系统推进各环节水资源节约工作，持续提升水资源利用效率，积极履行企业环保责任。报告期内，由于部分产品品类生产量扩大、净水设备增加、清洁要求进一步提升、部分节水措施效果尚未完全显现等原因，公司用水量较往年有所增长。

关键绩效：

报告期内，

■ 公司新鲜水取水量

80,642吨

■ 总用水量

80,642吨

物料利用

青岛食品制定《产品防护管理制度》等内部制度，指定由供应管理部对原材料、最终产品的搬运、贮存、包装、防护负责，并全面规范原材料验收、分类储存流程，同时规定需定期检查库存，防止物料过期变质和浪费，有效避免损耗。公司将环保理念深度融入产品全生命周期管理，建立原料溯源管理体系，并深度介入原料种植与初加工环节，确保产品从原料生产到售出均符合国家食品安全要求。在包装方面，公司优先选用环保材料，优化结构设计以降低材料用量与废弃物产生；在生产环节，积极推行清洁生产技术，优化工艺流程以提高原材料利用率，切实降低包装废弃物对环境的影响。

	指标	单位	2025年
	包装材料使用总量	吨	4,483.42
	其中：金属类包材	吨	7.42
	纸类包材	吨	3,106
	塑料类包材	吨	1,370

生态系统与生物多样性保护

青岛食品主要从事食品生产加工业务，生产运营活动集中于厂区范围内，不涉及自然保护区、生态功能区等敏感区域，对周边生态系统及生物多样性影响较小。公司选址建设严格遵守国土空间规划及生态保护红线要求，未占用重要生态空间，不涉及珍稀濒危物种栖息地。在日常运营中，公司严格执行生态环境保护相关法律法规，持续加强污染治理与环境管理，确保生产活动不对周边生态环境造成负面影响。公司积极践行绿色发展理念，自觉履行生物多样性保护责任，助力区域生态平衡与可持续发展。

03

匠心智造精品 铸就食安防线

> 本章所涉及的ESG重要议题

- 创新驱动
- 科技伦理
- 食品安全与服务质量
- 数据安全与隐私保护
- 供应链安全
- 责任营销与品牌建设
- 平等对待中小企业

> 本章所回应SDGs

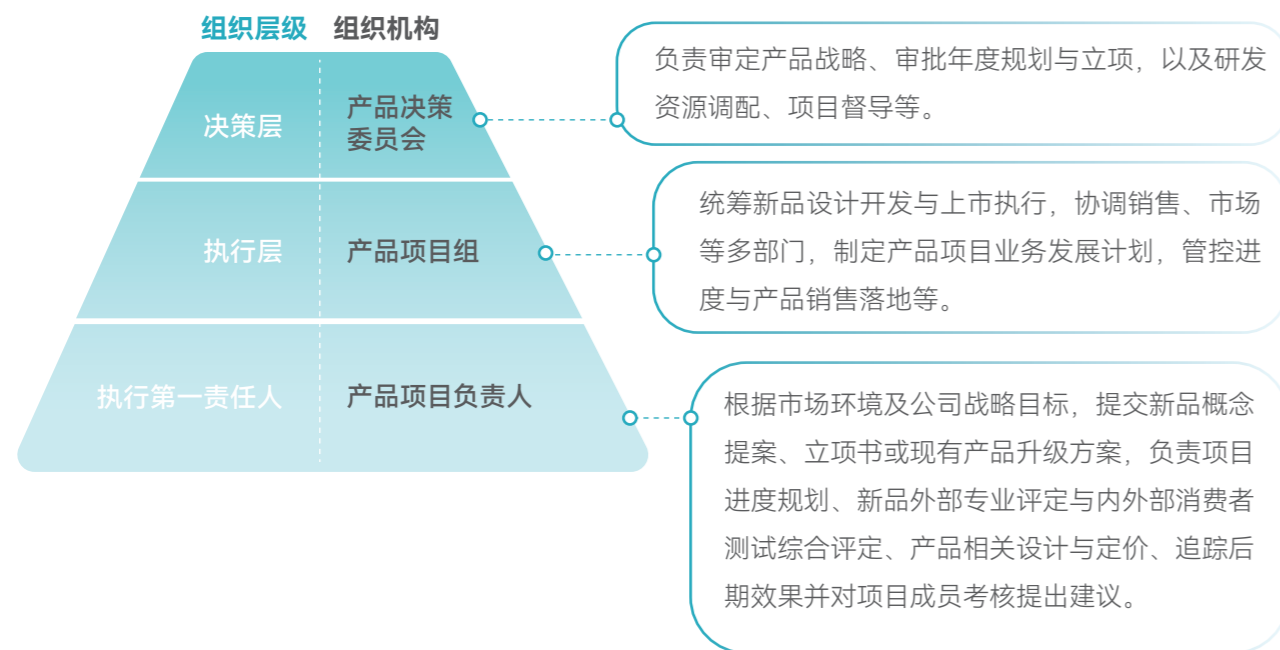


创新驱动

创新管理体系

青岛食品秉持“不断跨越，无限卓越”的核心价值观，以市场需求为导向，确立“年轻化潮流创新”与“中老年健康功能化”双轨研发策略，持续推出兼具市场竞争力与健康属性的创新食品，不断提升公司产品价值与品牌竞争力。为规范产品研发全过程管控，提升研发质量与效率，公司制定并实施《设计开发控制制度》《新品上市管理办法（暂行）》等管理制度，明确设计开发前期准备、设计开发试验、设计开发成果输出，以及新产品上市等各关键环节管理标准、责任分工与操作要求，建立了覆盖研发全流程、权责清晰、管控有序的管理体系，确保产品研发工作规范、高效推进。

公司设立技术委员会，负责对设计开发全过程开展专业评审；同时建立由产品决策委员会、产品项目组及产品项目负责人构成的新品上市管理组织体系，确保产品从研发到上市各阶段始终保持高质量标准，有效贴合市场需求，为公司可持续发展提供坚实的技术与管理保障。



关键绩效:

报告期内,

公司研发投入 | 占营业收入 | 研发人员 | 开发新产品项目

511.35万元, **0.94%**; **21**人, **20**项。

创新风险管理

青岛食品高度重视研发创新过程中的风险管理，制定《研发风险和机遇清单》，构建系统化风险管控流程，涵盖风险识别、评估、应对与监控各环节，有效防范化解研发风险，保障研发工作平稳、高效、合规推进。



创新激励机制

青岛食品推行多元创新激励机制，制定《青岛食品股份有限公司全员改进创新、降本增效奖励实施办法（试行）》，明确创新工艺、产品研发、营销创新、降本增效等多维度奖励标准；同步组织开展职业技能竞赛，对年度劳动竞赛优胜集体与个人、改进创新及降本增效申报项目团队，予以现金奖励，充分激发员工创新活力与创造热情。

同时，公司秉持“谁提议、谁设计、谁挂帅”的管理原则，鼓励员工积极投身新品研发，并建立智能化生产管理制度及考核激励机制，明确岗位职责、强化沟通协作，保障智能化生产管理落地见效。报告期内，公司发放创新激励奖金共4.52万元，获奖人数为7人。

● 深化融合创新

公司坚持以创新驱动高质量发展，在传承传统产品的同时，积极推进产品创新，洞悉市场趋势，把握年轻消费者的消费需求，持续优化产品矩阵。凭借持续创新能力、过硬产品品质与深厚品牌底蕴，公司获得多项行业权威认可。“青食钙奶饼干”获评“青岛非遗美食百家奖”；“青食牌钙奶饼干”获“山东制造鲁链优品”；精制钙奶饼干、不加蔗糖钙奶饼干被认定为山东省“三减食品”；《青食-一块饼干里的健康进化史》获评山东省三减工作优秀案例；低聚果糖钙奶饼干、精品钙奶饼干荣获“山东省食品行业感官质量五星级产品”称号，硒锌钙奶饼干、特制钙奶饼干、低聚果糖钙奶饼干荣获“特色风味食品标志性产品”称号。一系列科技创新成果有效提升了市场认可度，持续增强公司市场价值与核心竞争力。



● 知识产权保护

青岛食品高度重视知识产权保护与管理工作，严格遵循《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》等法律法规，建立健全知识产权管理体系，制定《专利管理制度》《公司商标管理制度》等专项制度，明确专利、商标等全流程管理规范，推动知识产权的创造、维护、运用与保护工作科学化、规范化、程序化开展，夯实企业知识产权保护管理基础。报告期内，公司未发生知识产权侵权诉讼及相关法律纠纷。

关键绩效:

报告期内,

公司已获得授权专利累计 9项, 其中, 授权发明专利累计 1项, 授权实用新型专利累计 5项;

9项,

1项,

5项;

获得软件著作权累计 9项,

商标累计 47项。

9项,

47项。

● 科技伦理

青岛食品始终坚守合规与道德底线，公司主营业务、技术研发与经营活动均不涉及人工智能、生命科学等科技伦理敏感领域，未面临与科技伦理相关的重大风险与挑战。

产品和服务安全与质量

● 产品和服务治理

青岛食品秉承“诚信 安全 精细 健康”的质量、食品安全方针，严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》及食品安全国家标准等相关法律法规及标准，制定《质量、食品安全、HACCP、HALAL和环境管理手册》，系统研判组织运营环境与各相关方核心需求，对生产制造、供应链管理、质量控制及各类管理活动实施全环节精细化管理，体系化覆盖风险防控、资源配置、产品实现、绩效评价及持续改进等关键维度，切实保障产品品质与食品安全全面达标，为公司稳健经营和可持续发展筑牢坚实基础。

公司设立负责建立并持续完善质量、食品安全和环境管理体系，统筹体系运行、内部审核、管理评审及外部联络等工作，全面强化质量与食品安全全流程管控。报告期内，公司已通过ISO 9001质量管理体系认证、ISO 22000食品安全管理体系认证和HACCP认证。



ISO 9001质量管理体系认证



ISO 22000食品安全管理体系认证



HACCP认证

● 产品和服务战略

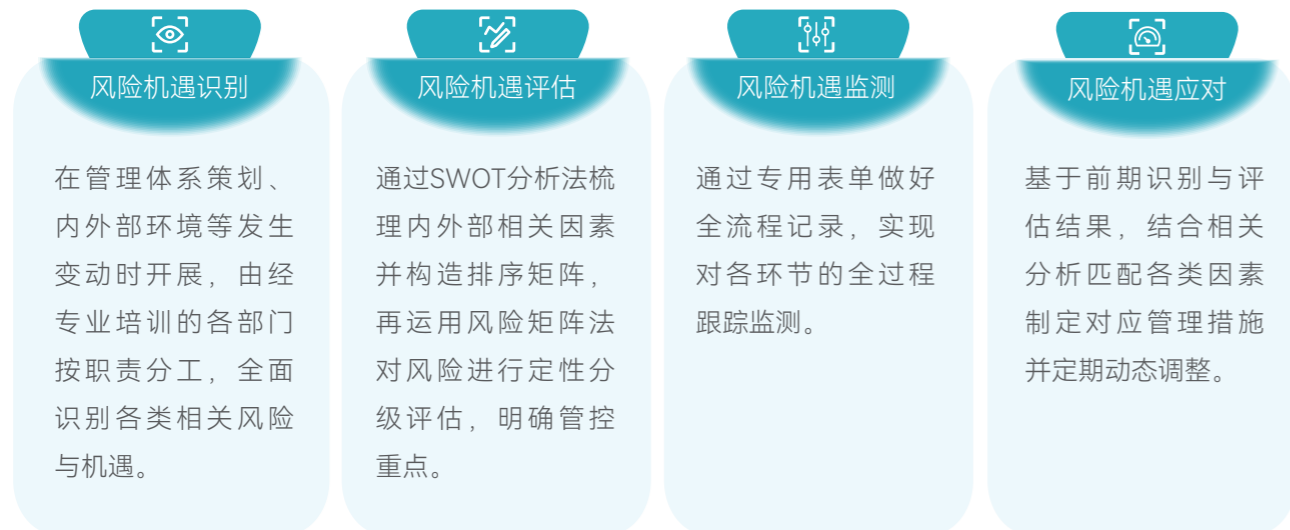
为筑牢食品质量安全防线，公司研判生产全流程质量风险与提升机遇，针对识别的食品质量安全风险，依规依标并结合风险特性制定应对举措以全面降低质量安全风险，同时紧扣行业趋势挖掘质量提升机遇，精进产品品质与安全管控能力，强化市场核心竞争力。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
风险	<p>食品安全风险</p> <ul style="list-style-type: none"> 采购物料不符合食品安全相关要求，原材料存在质量隐患，从源头影响食品质量。 物品放置环境不符合食品储存要求，导致食品原料/成品变质、受污染；物资标识不清，误用不合格原料生产食品。 	低	中	短期	运营下游	中	运营成本增加 营业收入减少	<ul style="list-style-type: none"> 对供应商开展定期评审与整改，开发备用供应商，从源头把控物料食品安全；做好采购价格成本核算，与供方实现共赢，提升供应商配合度与物料质量稳定性。 对仓库运行环境进行先期策划并定期更新，保障食品存储环境符合安全要求；对所有库存食品原料/成品做好清晰标识，避免错用、混放。
	<p>政策风险</p> <ul style="list-style-type: none"> 策划质量管理体系时，遗漏食品行业相关法律法规、政策标准的要求。 对需要遵守的食品行业外来政策文件、法规标准识别不全，导致生产经营出现不符合要求的情况；失效的政策文件、法规标准仍投入使用，引发经营行为违规。 	低	中	短期中期	运营	中	运营成本增加	<ul style="list-style-type: none"> 策划质量管理体系时，全面识别食品产品需满足的所有要求，包括客户要求、隐含要求及法律法规/行业特定政策要求；各项控制措施依照PDCA循环进行全过程改进，确保贴合政策要求。 严格按《文件管理制度》管控各类文件，及时识别、更新食品行业相关外来政策文件、法规标准，杜绝失效文件使用；各部门对文件真实性、有效性实施监督和验证。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在财务影响	应对措施
风险	<p>服务质量风险</p> <p>客户开发与合同评审阶段，对客户的产品要求、服务要求识别不充分，未确认自身能力便签署合同，无法满足客户需求。</p>	中	中	短期中期	运营下游	中	运营成本增加 营业收入减少	对客户要求实施持续监视和测量，签署合同前由相关部门组织开展合同评审，确认具备满足客户要求的能力，严格遵循《合同评审和营销管理制度》。
	<p>客户服务与市场拓展机遇</p> <p>提升客户服务标准化、专业化水平，精准识别客户需求，提高合同履约率与客户满意度，稳固现有客户，拓展新市场，树立企业在食品行业的诚信形象。</p>	中	中	中长期	运营下游	中	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> 对接到的客户投诉进行登记汇总，安排专人负责处理并及时回复客户，所有客诉处理均以报告格式存档。 通过保障产品质量和交付时效，与客户保持积极沟通，提升客户满意度，稳定客户资源。 产品交付环节强化生产计划管制、生产过程品质控制及成品、出货前的品质检验，确保交付产品符合客户要求。
机遇	<p>品质与食品安全提升机遇</p> <p>规范检验、仪器校准及不合格品管理，全流程拦截质量问题，提升检测准确性，杜绝不良品流出，筑牢食品安全与产品品质防线。</p>	中	中	中长期	运营	中	营业收入增加	<ul style="list-style-type: none"> 制定来料与成品抽样检验计划，设置待检区域，建立检验合格与不合格专属标识，对不符合报告设立关闭期限。 建立检验仪器清单，制定年度校准计划并按计划实施校准，使用的仪器必须持有校准报告并张贴校准合格证。 对来料、生产、成品各环节的不合格品及时标识和控制，避免不合格品流出至客户。

产品和服务风险管理流程

公司高度重视产品和服务安全与质量相关风险及管理，建立了以《风险和机遇控制制度》为核心的制度体系，系统推进风险机遇的识别、评估、监测与管控，同时积极挖掘质量提升带来的发展机遇。



产品和服务指标与目标

青岛食品立足产业发展根基，以产品品质与服务提升为核心，科学制定配套指标与发展目标，将品质管控、服务优化要求深度融入生产经营全流程，切实履行企业主体责任，助力食品行业高质量发展。

食品安全与质量目标	达成情况
每年产品安全事故为零	已达成
每年成品出厂合格率100%	已达成
出口产品报验合格率达100%	已达成
产品市场抽检合格率达100%	已达成
顾客满意度指数国内达到0.85	已达成
客户投诉率≤2起/年/客户	已达成

指标	单位	2025年
产品合格率	%	100
年度质量内审次数	次	1
产品召回数量	件	0
因健康或安全原因需召回的产品数量	件	0
质量培训人次	人次	618
质量培训总时长	小时	2,472
质量培训次数	次	9

产品质量控制

产品召回

公司建立《产品追溯和召回制度》《不安全食品召回管理制度》，对产品撤回的实施时间、操作方法、职责划分、撤回品处置主体及追溯管理、记录留存等做出明确规范，构建完善的产品安全追溯与召回管理体系。同时，公司建立并保持《食品安全应急准备和响应控制制度》，组织制定食品安全应急预案，以此预防食品安全事故和紧急情况发生，预防或减少相关伴随风险。

若交付后的产品存在潜在食品安全危害，公司将第一时间通知相关方停用涉事批次产品，对产品进行隔离标识，并严格依据制度实施产品召回，按不合格品管理要求完成处置；若引发消费者食品安全伤害事故或事件，公司将立即启动食品安全应急响应、事故处置及风险监测评估等相关工作，并主动配合当地监管部门做好调查与处理工作。同时，公司完整留存产品通知、召回全流程相关记录，组织开展问题根源分析，制定并落地针对性纠正和预防措施，将相关信息同步纳入管理评审，持续完善产品安全管理体系，保障消费者权益与产品安全。

产品全生命周期管控


青岛食品构建覆盖产品全生命周期的标准化质量管理体系，严格按照工艺流程进行生产，全程覆盖原料采购、检验、储存，生产前的原料预处理，核心生产加工，生产过程中的物料与不合格品处置，成品的检测、包装、熟化，以及后续的仓储、物流发运各阶段，各阶段均衔接对应的质量管控与合规管理要求。同时，公司定期委托第三方机构对产品进行检验，确保产品质量符合国家标准及客户要求，为消费者提供安全、优质的产品保障。

质量文化建设

为强化全岗位质量管控责任，筑牢产品安全与质量防线，公司通过常态化的质量培训、专题讲座等形式，持续强化全体员工的质量意识、责任意识与专业素养，推动从高层领导到一线员工全员主动参与质量改进活动，积极鼓励员工立足岗位发现问题、提出改进建议，切实以质量文化引领企业高质量发展。

案例：食品安全生产专项培训

2025年4月28日，公司由技术品控部牵头组织生产、技术、物流等相关部门岗位骨干及一线从业人员开展食品安全生产专项培训，培训紧扣食品安全管控核心需求，以强化全员食品安全责任意识、规范食品生产储存运输全流程管控标准为核心目标，内容贴合各岗位实际工作需求且兼顾理论与实操，有效提升了参训人员的食品安全知识储备与实操能力，后续公司将通过技术品控部持续强化食品安全常态化监督检查与培训工作，夯实食品安全管理基础，切实保障产品质量安全与消费者身体健康，筑牢公司食品安全管控防线。



食品安全生产专项培训

案例：专项开工前培训

2025年6月9日，公司于果脯车间开工前夕，由技术品控部组织车间全体一线员工及相关岗位人员开展专项开工前培训，培训围绕强化员工质量与安全意识、规范操作流程、防范生产质量风险展开，内容贴合果脯生产实际且针对性突出，有效夯实了车间员工的质量安全基础、规范了操作标准、提升了车间整体管理水平，为果脯车间开工后生产工作的有序、高效、合规推进提供了坚实的人员与技术支撑。



专项开工前培训

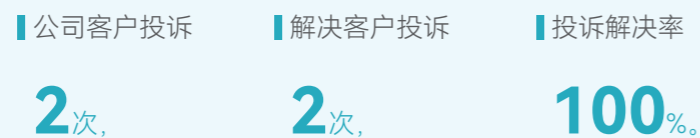
客户服务

客户服务管理

公司制定并实施《投诉管理制度》，保障客户和消费者产品质量问题咨询与投诉诉求渠道畅通，对外公布咨询服务电话并印于产品外包装。针对消费者咨询，由接话人员当场解答；针对消费者质量问题投诉，公司设置专人按流程填写《消费者反馈记录》《用户反馈表》，依法与消费者协商处理方案并上门落实，每月将相关表单汇总推动问题整改。针对客户质量问题反馈，公司据实填写《纠正预防措施报告》并开展原因分析，制定并落实纠正预防措施，同时监督措施落地执行。公司在投诉处理全过程中要求相关人员文明礼貌服务，所有投诉处理相关记录均统一保存，保存期限为两年。通过标准化、规范化的投诉处理流程，公司确保客户和消费者投诉得到有效处理，持续完善客户服务管理工作。

关键绩效：

报告期内，

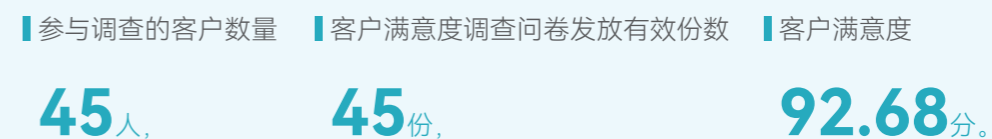


客户满意度

公司建立系统化的客户满意度调查管理体系，以持续提升服务质量与客户体验为核心目标，常态化收集并记录顾客日常反馈，每年开展总结分析。公司定期面向境内外客户开展覆盖产品质量、交付效率、售后服务等多维度的满意度调查，全面收集客户对公司产品及服务的意见与建议，并对反馈问题及问卷信息进行专业统计分析，核算整体顾客满意度，通过数据分析与趋势追踪，重点针对客户意见集中、满意度偏低的项目深挖核心影响原因，精准识别改进机会，制定并落地针对性解决措施，同步优化业务流程、动态调整服务策略，确保客户需求得到及时响应，持续增强客户忠诚度与市场竞争力。

关键绩效：

报告期内，



负责任营销

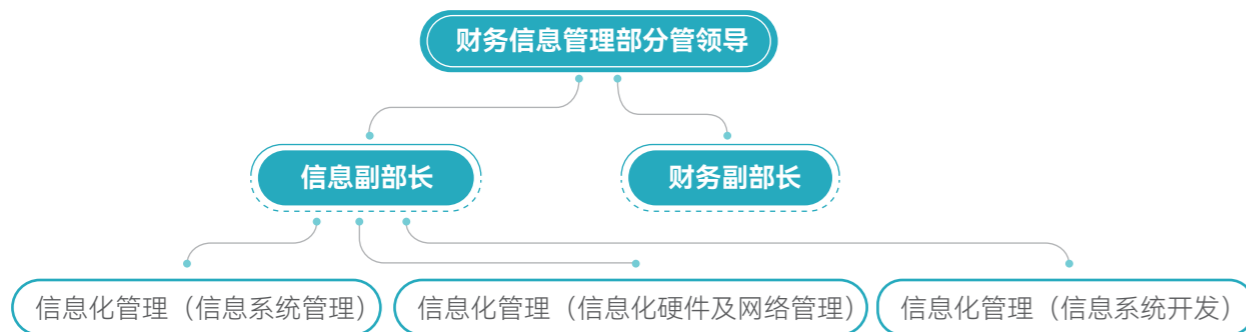
青岛食品严格遵守《中华人民共和国广告法》等法律法规及行业规范，建立健全营销合规管理制度，对公司产品广告及营销工作进行系统规范。公司对营销标语、广告内容实行多级审核机制，确保宣传内容真实、合法、合规。公司坚持真实性原则，杜绝虚假宣传与夸大功效；坚持透明性原则，如实披露产品成分、营养信息及使用说明；坚持健康导向原则，引导消费者理性选择、健康消费。报告期内，公司未发生违反营销宣传规定的事件。

数据安全与隐私保护

数据安全治理

青岛食品严格遵循《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规，建立健全数据安全与信息化管理组织架构。公司实行部长统筹、副部长管理、专业人员执行的层级管理模式，各岗位权责明晰、协同联动，全面推进信息化建设、运维与开发工作。同时，公司设置信息化管理专职岗位，负责落实网络安全防护工作，制定并完善信息化软硬件管理制度，确保数据安全与信息系统稳定运行。公司同步制定《信息化管理规定》，对硬件、网络、系统管理等维度构建信息化管理体系，全面明确机房设备与人员管理规范、网络规划、安全防护、数据备份及应急处理等关键环节要求，系统保障公司信息化系统稳定运行，切实做好客户隐私保护工作，进一步提升公司整体工作与管理效率。

财务信息管理部架构图



关键绩效:

报告期内，
公司未发生任何数据安全泄露及客户信息泄露事件。

数据安全应急管理

公司建立《网络与信息安全应急预案》，秉承“坚持统一领导、分级负责、落实主体责任；坚持统一指挥、密切协同、快速反应、科学处置；坚持预防为主，预防与应急相结合”的原则，设立专门的网络与信息安全应急管理领导小组及下设办公室，明确各级组织架构与人员构成，划定核心管理职责，统筹开展应急管理相关工作。

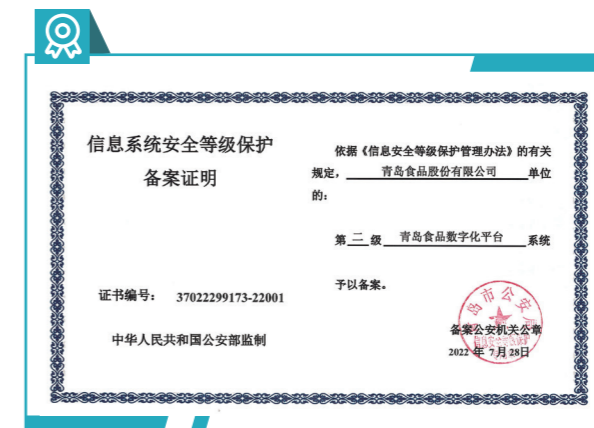
网络与信息安全应急管理具体举措

类别	具体措施
事件分级与基础体系搭建	按可控性、严重程度、影响范围将网络与信息安全突发事件划分为三级；搭建监测预警体系，落实信息监测、研判、报告要求。
应急处置管理	建立分级应急处置机制，明确不同等级突发事件对应报告时限。
专项场景管控	针对重大会议活动制定网络安全专项方案，强化期间网络安全管控及物资使用管理，明确使用责任与管理要求。
善后与体系优化	突发事件处置后开展善后处理与调查评估，统计损失、分析原因；编制评估报告并制定改进措施，持续优化数据安全应急管理体系，保障公司网络与信息安全。

数据安全实践

为筑牢数据安全与信息防护坚固防线，公司将数据全生命周期管理置于重要位置，从多维度构建全方位防护体系。

在数据收集环节，公司严格恪守合法、正当、必要原则，精准界定收集范围与核心目的，确保客户信息、业务数据的采集均取得合法授权且符合法律法规相关要求，坚决杜绝无授权采集个人信息、敏感商业数据等违规行为。技术防护层面，公司部署防火墙、IPS等专业网络安全设备，实现对外部非法访问、恶意攻击行为的实时监测与精准拦截，筑牢技术安全屏障。人员管理维度，公司围绕网络安全形势分析、风险应对策略等核心内容开展系统化专项培训，持续强化全体员工的信息安全意识与风险防范能力，推动安全防护理念融入日常工作全流程，切实保障公司信息资产安全。在数字化管理方面，公司搭建的“青岛食品数字化平台”整合了营销、采购、质量追溯等核心业务模块，实现全流程数字化管理，并已通过信息系统安全等级保护二级认证。



信息系统安全等级保护二级认证

负责任供应链

供应链治理

公司制定《采购管理制度》《供应商管理制度》等一系列文件，按工作属性明确划分各部门供应商库管理职责，各部门负责自身权责范围内供应商库的准入、询价、招标工作，供应管理部负责汇总上报相关信息；同时设立供应商审核小组，主导供应商管理体系与评价指标的建立健全，监督各部门供应商管理工作，并审核认证各部门供应商相关工作。

公司规定由供应管理部联合技术品控部主导实施供应商全流程管控，包括完成供方资质审核、样品检验、现场审核，建立合格供方名单并实行动态年度评价，采购需优先从合格供方选取，采购产品进厂后按规程验收。



供应链战略

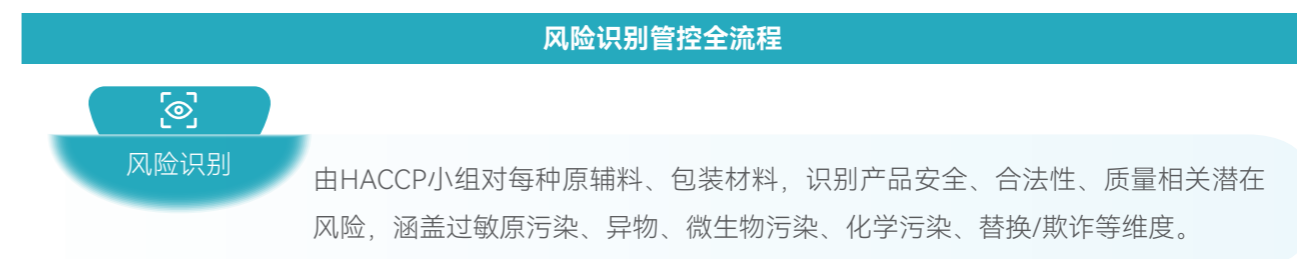
为打造高效、稳定、可持续的供应链体系，公司系统识别并梳理了供应链全流程中的关键风险与发展机遇，明确其发生概率、影响程度及价值链条关联环节，并基于优先级排序制定了针对性的应对措施，以有效管控风险、抢抓机遇，持续强化供应链韧性，保障生产经营稳定。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在的财务影响	应对措施
管理风险	供应商配合不足、采购物料未达约定标准、交货不及时等管理风险，可能导致供应链响应效率低下，影响生产进度和履约能力。	中	中	短期	运营下游	中	运营成本增加	通过强化供应商准入审核、动态考核与协同管理，提升供应商配合度与响应效率；严格执行原辅料质量检验及标准管控，确保合规达标；搭建交付预警与履约跟踪管理机制，保障供货及时稳定。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生概率	影响大小	影响的时间范围	影响的价值链环节	优先级排序	潜在的财务影响	应对措施
价格风险	公司主要原材料价格受市场供需、宏观环境等外部因素影响存在波动风险，可能对公司生产成本控制及经营效益稳定性造成不利影响。	中	大	短期	上游运营	高	成本增加	采用竞价磋商和大份额同价化管控成本，建立原材料价格风险管控机制，跟踪市场行情与宏观环境变化，通过优化采购策略、合理规划采购周期、拓展优质供应商渠道等方式，降低原材料价格波动影响，强化成本管控与预算管理，有效保障生产经营稳定。
转型机遇	通过引入数字化管理技术，公司可实现对供应链各环节的实时监控，提升原材料采购的透明度与可追溯性，进而有效强化供应链管控能力、优化运营效率、降低综合运营成本。	高	高	短期中期	运营	中	运营成本减少	紧抓供应链数字化转型机遇，搭建供应链实时监控与协同体系，提升采购环节的透明度与可追溯性，以此强化供应链监管、提升运营效率、降低运营成本，构建智能高效的现代化供应链。

影响、风险和机遇管理

青岛食品持续构建涵盖风险识别、评估、应对、监测与控制全流程的风险管理体系，通过对原辅料及包装材料实施多维度风险识别与分级评估，落实供应商审批准入、差异化管理及动态考核，辅以问题整改机制，持续优化供应链稳定性；同时，公司以《紧急采购程序》规范特殊及紧急采购场景，全方位确保供应链安全可控及经营业务正常运行。





风险评估

每年开展一次风险评估，按照原料本身风险、供应链过敏原交叉污染、原产国、采购地情况、供应商认证资质、上一年度监控结果、农残/重金属扫描结果等维度开展风险分级评估。



风险应对

按低中高三级风险实行正常验收、追踪改进、感官查验、重新评估、制定保障措施、实施测试等方式进行管控。



风险监测与控制

年底开展合格供方评价，进厂实行抽样检验，发现质量问题核查要求把供应商整改，建立《供应商不符合登记表》，实现风险可追溯。

指标与目标

供应商目标的科学制定与系统落实，是公司筑牢可持续供应链生态、深化供应链协同效能的核心支点。公司将供应商目标具象为多维度的量化指标，通过持续优化供应商准入、考核与分级管理机制并强化全流程管控来落实指标。

供应链管理目标	2025年达成情况
为构建可持续供应链生态，公司科学制定供应商品量化目标	
实现核心物料招标竞价覆盖率≥90%	2025年已实现包装膜等核心物料招标竞价全覆盖
A级供应商占比提升至40%以上	供应商库动态考核执行率100% A级供应商达48%
D级供应商100%淘汰	D级供应商全部移出
通过动态考核与分级激励，持续优化供应商库质量与协同效能。	制定《生产性物料采购管理制度》，供应商库增补机制、黑名单制度有效落地，供应链韧性显著增强。

关键绩效：

报告期内，

公司共有**85**家供应商，向当地供应商采购支出的比率为**85**%。

其中，已有**27**家通过质量管理体系认证、**22**家通过环境管理体系认证，

廉洁承诺书签署率为**100**%。

供应链可持续发展

廉洁供应链

公司持续深化廉洁风险防控，既对内部员工明确廉洁从业准则，也向合作供应商传导廉洁合作规范。对于招标项目和大量合同，公司要求其签署《合同廉洁承诺书》《招标廉洁承诺书》，以合规守纪、拒绝利益输送、不利用职务谋私等明确承诺，规范供应链业务全流程的廉洁行为，筑牢廉洁防线，保障国有资产安全与供应链业务的合规有序开展。

供应链协同管理

在供应链韧性建设中，上下游协同是供应链共建的重要举措。青岛食品持续强化经销商管理与合作生态建设，通过定期举办经销商大会，实现市场信息共享与合作策略共研；针对经销商在销售环节的实际需求与难点，提供精准支持及解决方案，全面赋能经销商业务开展，构建稳定高效、协同共赢的经销商合作体系。

此外，为推动供应链全环节信息共享与业务协同，公司正筹备搭建供应链协同平台，整合供应商、生产商、经销商及物流服务商等多方资源，实现订单、库存、物流、财务等业务一体化协同运作。平台建成后将打通供需、生产、销售、物流全链路，大幅提升各环节响应速度与运作效率，进一步强化供应链整体协同效能。



案例：青岛食品齐鲁行·经销商大会

2025年3月至4月，恰逢青岛食品75周年之际，公司先后在临沂、青州、威海等重点区域隆重举办2025青岛食品齐鲁行·经销商大会。会上，公司领导系统总结了公司过去一年的工作成果，围绕快速消费品行业发展趋势，深入解读了公司在市场布局、产品规划、品牌建设等方面的未来战略，并与优秀经销商代表及品牌方代表深入交流，共同探讨市场趋势，汲取行业同仁的宝贵经验，推进传统渠道与新兴渠道协调均衡发展。



青岛食品齐鲁行·经销商大会——威海站

供应商考核评价

公司将供应商考核视为供应链管理的重要环节，通过量化指标与定性分析相结合的多维评估模型，动态监测供应商的质量体系、成本控制、交货准确性、服务与技术等关键能力，并形成年度供应商考核评价结果汇总表，识别战略伙伴、培育潜力供应商、淘汰低效合作方，最终构建韧性充足的供应链生态体系。报告期内，公司对66家供应商开展全面考核评价。

平等对待中小企业

公司严格遵守《中华人民共和国中小企业促进法》《保障中小企业款项支付条例》等法律法规，在与中小企业开展合作时，遵循平等对待原则，赋予其同等竞标资格；同时按照合同约定的付款期限、付款方式，向中小企业及时足额支付合作款项，全面保障中小企业的合法权益。报告期内，公司未发生任何中小企业款项逾期未支付的情况。

04

成就员工价值 共享发展成果

> 本章所涉及的ESG重要议题

- 职业健康与安全
- 员工雇佣与权益保障
- 社会公益

> 本章所回应SDGs



员工权益保障

员工治理

公司构建了覆盖员工招聘与雇佣、薪酬与福利、培训与发展、劳动关系管理及民主管理等核心模块的人力资源管理体系，以规范管理流程为核心支撑，致力于为员工打造公开透明的发展平台，切实保障员工合法权益，赋能员工成长，实现个人价值与企业发展的同频共振。

人力资源管理制度	
员工招聘与雇佣	《员工手册》《员工社会招聘管理办法》等
员工薪酬与福利	《薪酬管理制度》《员工绩效考核管理办法》等
员工培训与发展	《培训管理办法》等
劳动关系管理	《离职管理办法》《劳动合同管理办法》等
民主管理	《职工代表大会工作制度》《工会工作制度》等

青岛食品将员工权益保护融入企业发展，通过党委统筹构建全维度健康管理体系，以多举措落实权益关怀，相关员工权益保障实践入选“2024全国健康企业建设特色案例”，彰显了公司在员工权益保护领域的实践成效与管理水平。



案例：公司入选2024全国健康企业建设特色案例

青岛食品股份有限公司以“以劳动者健康为中心”为核心理念，将员工关怀与权益保障深度融入企业发展，打造全方位员工健康保障体系，相关实践入选“2024全国健康企业建设特色案例”。

公司以党委领导为核心、各部门协同推进，构建起覆盖职业健康、心理健康、体育健身、营养健康等多领域的全维度健康管理体系——通过优化健康工作环境、完善职工福利保障、普及健康知识及急救技能、关注女工健康等具体举措，全方位守护员工身心健康，让“健康青食”的理念落地到每个工作细节。

此次入选全国特色案例，既是对公司员工关怀工作的权威认可，也彰显了公司在保障员工健康权益、践行人文关怀方面的坚定决心，为员工安心工作、全面发展筑牢了坚实基础。

员工战略

在员工权益保障领域，公司通过梳理员工管理各个环节的潜在风险和机遇，制定应对措施与实施路径，切实保障员工合法权益与企业长效发展的双重可持续性。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生可能性	影响大小	影响的时间范围	影响价值链的环节	财务影响说明	应对措施
法律风险	对劳动用工相关政策法规的动态变化跟踪不及时、对新规要求理解存在偏差，或内部劳动法规配套制度在落地执行中出现疏漏，可能引发合规性争议与法律责任。	低	大	中期长期	运营	运营成本增加	建立劳动用工政策法规动态跟踪解读机制，组织开展新规学习与解读培训；同时定期开展用工流程、权益保障措施落实情况的自查与复盘，及时发现并整改执行中的疏漏问题，从源头规避合规性争议与法律责任。
人才流失风险	若员工权益保障工作落实不到位，易导致员工工作积极性受挫，核心研发、生产等高技能人才的归属感与留存度下降，引发核心人才流失问题。	中	大	中期长期	运营	收入减少 运营成本增加	持续完善员工权益保障体系，通过多元激励举措、健全福利保障机制、畅通职业发展通道，切实提升员工的归属感与幸福感，同时建立专属的人才关怀与留存机制，强化情感联结与价值认同，有效调动员工工作积极性，防范人才流失，保障人才队伍的稳定。
声誉机遇	打造良好的工作氛围、落地员工权益保障举措，不仅能增强内部员工的认同感与归属感，更能形成良好的雇主品牌形象，有效吸引行业内更多优秀人才加盟，为企业创新发展注入充沛的人才活力。	中	中	中期长期	运营	利润增加	持续推进员工权益保障工作，积极对外传递企业重视人才、保障员工权益的发展理念，塑造优质雇主品牌形象，吸纳行业优秀人才，充实企业人才储备，为创新发展汇聚人才力量，将雇主品牌优势转化为人才竞争与发展优势。

风险/机遇类型	风险/机遇描述	发生可能性	影响大小	影响的时间范围	影响价值链的环节	财务影响说明	应对措施
发展机遇	落实员工权益保障工作，可充分激发员工的创新活力与工作积极性，为企业新产品、新服务的开发筑牢人才基础，以此创造有利的经营发展条件，推动企业实现短期绩效、长期盈利的持续增长。	中	中	中期	运营	运营成本减少 利润增加	不断完善权益保障体系与激励机制，充分调动员工的工作主动性、激发全员创新活力，鼓励员工围绕新产品研发、新服务升级投身实践，将员工活力转化为企业创新发展动能，为经营发展筑牢人才与动力支撑。

影响、风险和机遇管理

通过规范的人才全流程管理，公司系统性开展员工权益风险、机遇识别，在保障合规稳定发展的基础上，依托完善的薪酬福利体系、多元的晋升渠道及民主的管理，为员工提供全方位权益保障，有效规避用工风险、把握人才发展机遇，持续激发员工工作活力，为企业高质量发展凝聚人才力量。

员工招聘

公司制定《员工社会招聘管理办法》《劳动合同管理办法》等文件，按照“公开招聘、平等竞争、人岗匹配、择优录用”的招聘原则，规范招聘全流程，由人力资源部高效开展人才引进工作，保障招聘工作的公平性与科学性。

公司搭建网络招聘、校园招聘、线下招聘、猎头服务等多元化招聘渠道，同步建立“优才计划”大学生实习计划，与青岛大学、青岛科技大学、青岛理工大学等高校开展合作，为高校毕业生提供就业机会。



校招现场

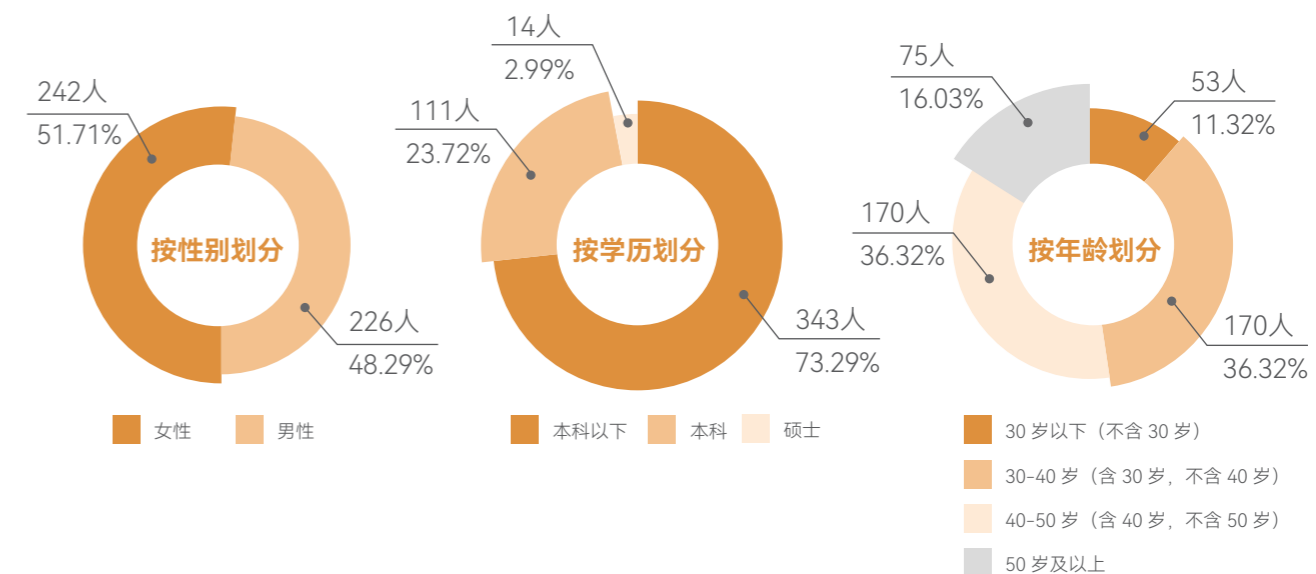
关键绩效：

报告期内，

- 公司组织了社会招聘面试 **50** 余场，
- 成功招聘员工 **23** 名，
- 通过校园招聘引入实习生 **7** 名。

多元化、平等与包容性

公司明确就业歧视零容忍政策，对招聘相关人员开展专项合规培训，严禁在面试中询问应聘者生日、家庭背景、宗教信仰、父母国籍等个人敏感信息，从源头杜绝隐性歧视，同时坚决抵制雇佣童工、强迫劳动等违规行为，保障招聘团队工作的公正性与合规性，全力打造公平无偏见的招聘环境，为公司持续注入新鲜血液。



关键绩效：

报告期内，

- 公司员工总数为 **468** 人，
- 其中残疾员工 **1** 人，
- 少数民族员工 **2** 人，
- 劳动合同签订率 **100%**，
- 未发生任何形式的雇佣童工、强迫劳动事件。

员工培育与发展

人才是企业高质量发展的核心驱动力，公司制定《培训管理办法》，明确人力资源部为培训主管部门，设置领导力、营销类、生产类、新员工培训等六大培训类别及中高级管理层、新任管理干部等多层级培训体系。

员工培训管理体系

培训类型	纵向分层：领导力培训、营销类培训、技术类培训、专业类培训、生产类培训、新员工培训 横向分类：中高级管理层培训、新任管理干部培训、资深、高级层培训、中级专业层培训、专员层级培训
培训形式	内训与外训相结合
培训方式	集中授课、自学、参观交流、线上微课等

为推动培训体系落地实施，公司采用内训、外训相结合，集中授课、线上微课等多种培训形式开展培训，通过台账实现培训全流程规范化、精细化管理，以此全面提升员工素质能力，持续增强公司核心竞争力，助力公司可持续高质量发展。

关键绩效：

报告期内，

公司对员工培训总投入 **11.28** 万元，开展员工培训 **39** 场，

接受培训总人数 **468** 人，接受培训总人次 **5,707** 人次，

培训总时长 **14,727** 学时，员工培训覆盖率为 **100%**。



“青食大讲堂”系列培训

此外，公司搭建管理、营销、技术、专业、作业、辅助六大族群的职位体系，各族群划分清晰职级层级，为员工打造明确职业发展通道。同时制定标准化晋级条件，以年度绩效考评、对应岗位工作年限、无重大过失为核心评定依据，对首席技术专家等部分高阶职级设置人员数量上限，形成规范公平、绩效导向的晋升选拔机制，充分激发员工成长动力与干事活力。



薪酬福利体系

公司制定《薪酬管理制度》，遵循合法合规原则，构建以岗位价值为基础、以绩效贡献为核心的岗位薪酬体系。薪酬结构由套改工资、岗位工资、奖金及津补贴四部分构成，其中套改工资与岗位工资为员工基本收入；效益奖金与公司经营效益挂钩，按月度经营效益核算发放，增量激励奖金按照公司相关制度执行，专项奖金用于奖励有突出贡献的团队和员工。同时，公司构建了以法定福利为基础、以其他补贴为保障的员工福利体系。

通过上述薪酬福利体系设计，公司既保障了员工的合法权益，又激发了员工的工作积极性与创造力，有效促进劳资共融与长期稳定发展。

员工福利体系

法定福利

公司依法发放社会保险、住房公积金；提供带薪年假、婚假、丧假、产假、护理假等假期。

津补贴及其他

公司提供冬季取暖、劳模津贴、交通补贴、独生子女备用金、工龄补贴、防暑降温费等各类补贴。

绩效管理

公司制定《员工绩效考核管理办法》文件，构建包含业绩、能力态度、加减分指标及否决指标的多维度绩效考核体系。考核按季度实施，年度汇总最终结果，流程涵盖考核实施、结果反馈、结果运用及资料归档四个环节，由人力资源部与各部门协同完成。员工如对考核结果有异议，可通过面谈等方式及时反馈，公司将根据实际情况进行妥善处理，确保考核公平公正。考核结果与员工激励深度挂钩，有效强化绩效导向，以公平高效的绩效机制凝聚发展合力，为公司可持续发展注入持久动力。

关键绩效:

报告期内,
 公司定期接受绩效和职业发展考核的员工比例为 **100%**。

绩效考核流程



民主管理与沟通

公司制定《工会工作制度》《职工代表大会工作制度》等文件,构建以工会为核心、以职工代表大会为基本形式的民主管理体系,保障职工依法行使民主权利、参与企业民主管理、民主监督。同时,公司设立工会劳动法律监督委员会,监督劳动法律法规执行、受理职工投诉举报,畅通诉求表达渠道,切实维护职工合法权益。

关键绩效:

报告期内,
 公司共开展职工代表大会 **3**次, 审议通过项目 **13**个, 工会会员占比 **100%**, 员工满意度 **100%**。

案例: 工会职工满意度调查和建议征求

2025年,公司通过开展工会职工满意度调查,面向不同岗位职工征集对工会服务、文体活动、节日慰问、队伍建设及创新创效活动的意见建议,以此作为民主管理的重要实践,畅通职工诉求表达渠道,推动工会工作与企业管理持续优化。

指标与目标

公司将员工权益保障置于战略高度,通过系统化培训赋能与全维度职业发展管理,助力年度目标达成,以扎实举措夯实员工成长基础,切实保障员工发展权益,为企业高质量可持续发展筑牢人才根基。



员工权益保障目标

2025年达成情况

员工培训覆盖率达到100%	完成
接受绩效和职业发展考核的员工比例达到100%	完成

关键绩效:

报告期内,
 公司社会保险覆盖率 **100%**, 人均带薪年假天数 **8.72**天。

员工关怀与权益保护

女性权益保护

公司严格遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》《女职工劳动保护特别规定》等法律法规,公司规定产检假、产假和哺乳假均按照工资标准预发薪酬,并设立妈妈爱心小屋,为哺乳期女员工提供便利。同时,公司每年开展妇女节庆祝活动,丰富女员工精神文化生活,切实营造尊重、关爱女性员工的良好职场氛围。



妈妈爱心小屋

关键绩效:

报告期内,
 公司管理人员中女性为 **8**人, 管理人员中女性比例为 **31%**, 体育儿假的员工总数 **20**人, 享受育儿假员工返岗率 **100%**。



案例: 妇女节活动

2025年3月8日,公司组织女职工开展工位瑜伽舒缓练习与山东钙奶饼干版提拉米苏烘焙活动,在缓解职场疲劳、呵护身心健康的同时,以创意手工增进情感交流,切实传递对女职工的关怀与尊重,营造温暖包容的职场氛围。



工位瑜伽

制作山东钙奶饼干版
提拉米苏

员工关怀

公司构建了覆盖员工全职业生涯的关怀体系，从日常保障、节点关怀、专项支持到文化建设，全方位提升员工幸福感与归属感；同时建立精准帮扶机制，针对困难员工提供及时援助，并常态化开展丰富多彩的趣味活动，营造温馨和谐、积极向上的组织氛围，切实将人文关怀落到实处。

日常保障	公司设有员工食堂，每个工作日提供免费工作餐；设有员工澡堂，员工可免费使用，满足日常生活需求。
节日与荣休关怀	员工生日发放生日蛋糕卡，重阳节发放敬老金；员工退休时，公司发放慰问金，工会会员还可额外获得工会纪念品。
专项支持	为符合条件的单身青年提供每月租房补贴，缓解住房压力；建立困难职工帮扶机制，为遭遇特殊困难的员工提供及时支持。
文化建设	以党组织、工会和共青团为主体，定期组织开展员工文体活动、健康体检和志愿公益活动，丰富文化生活，提升团队凝聚力。

关键绩效：

报告期内，
 ■ 公司帮扶困难员工 **55** 人，
 ■ 帮扶金额 **4.67** 万元。



开展团体趣味活动

案例：工会部署困难职工关怀工作

2025年12月12日，公司召开全委会，聚焦困难职工群体需求，明确通过专项慰问、节日送温暖等举措落实帮扶工作，同时强化工会信息传达管理，保障职工关怀政策全覆盖、无遗漏落地，切实筑牢职工权益保障防线，让职工感受到企业的温暖与关怀。



职业健康与安全

安全生产管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《生产安全事故应急预案管理办法》等法律法规，制定《安全生产目标管理制度》，制定年度目标并逐级分解至各岗位，明确安委会、安全管理部等相关方职责，实施定性定量的年度考核，将考核结果作为晋升和绩效评定依据，确保年度安全生产目标达成。

安全生产目标管理架构



安全生产标准化证书

关键绩效：

报告期内，
 ■ 公司未发生安全生产事故。

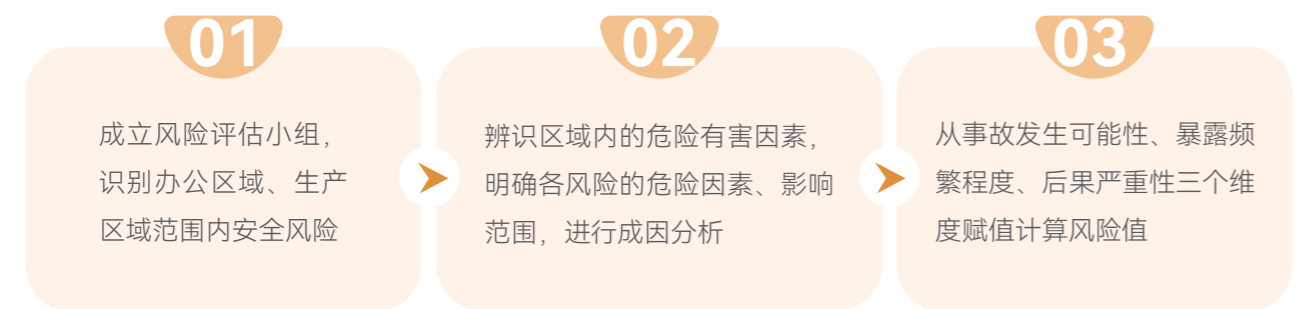
安全生产风险管理

公司树立安全生产风险防控理念，围绕生产经营全流程构建全链条、闭环式安全生产风险管理体系，通过科学开展安全风险管控、常态化推进安全隐患排查、系统化落实安全应急管理关键举措，精准辨识风险、及时消除隐患、健全应急体系，全面提升安全生产风险防范和应急处置能力，切实将安全生产风险管理要求落到实处。

安全风险管控

公司依据安全生产相关法律法规，结合生产经营实际情况，编制《生产安全事故风险评估报告》，对办公及生产区域开展危险有害因素辨识，识别出火灾、触电、车辆伤害等主要事故风险，经辨识公司不涉及重大危险源。同时，公司已配套建设微型消防站、配备应急物资等防护措施，落实人员安全培训、特殊作业人员持证上岗等管理措施。

安全风险识别流程



安全隐患排查

公司高度重视安全生产隐患排查治理工作，由安全管理部牵头组织开展隐患排查，建立统计台账，实施规范化管理，通过明确整治责任部门、制定整改措施、限定整改期限、落实复查验收及整改情况全记录的闭环管理模式，推动安全生产整改措施落地执行，切实防范化解安全生产风险，筑牢安全生产管理防线。

关键绩效：

报告期内，
| 公司共进行隐患排查 **15**次，
| 隐患排查整改率达到 **100%**。



聘请安全生产专家前往公司进行现场安全检查

安全应急管理

公司制定《应急预案管理制度》，设立应急办公室、组建以分管副总经理为组长的评审小组，明晰各相关方职责，规范应急预案编制、评审、备案、实施全流程，结合企业危险源及风险分析情况，制定现场处置方案，完成编制评审的预案已报市应急管理部门及上级主管部门备案并领取登记证明。

在实施阶段，公司组织开展应急预案宣传教育与培训工作，在关键岗位张贴预案要点与处置程序。公司制定年度应急演练计划，在演练结束后进行效果评估并提出修订建议。同时，公司按预案要求配备应急物资装备并定期维护保养，建立预案动态修订机制，确保突发事件时能够及时启动应急响应、有效开展救援处置并按规定上报信息。

关键绩效：

报告期内，
| 公司共开展应急演练 **8**次。



案例：安全生产应急演练

公司高度重视应急能力建设，坚持实战导向，系统开展多维度应急演练活动。2025年，公司针对触电风险，组织专项演练模拟作业现场突发触电事故，检验员工紧急断电、心肺复苏等急救技能掌握情况；聚焦消防安全，开展火灾报警、疏散逃生、灭火器实操、消火栓使用等全流程演练，提升员工火情应对与自救互救能力。通过多场景、多科目的实战化演练，有效检验了应急预案的科学性和可操作性，强化了员工应急反应意识和协同处置能力，切实将演练成果转化为防范化解安全风险的实际成效，为公司安全生产形势持续稳定奠定了坚实基础。



火灾逃生



触电应急演练

安全生产管理措施

公司始终坚守安全生产发展理念，严格落实安全生产主体责任，从安全文化建设、承包商安全管理两个维度发力，通过多元化举措强化全员安全意识、规范作业管理流程、防范各类安全风险，持续提升安全生产管理水平，切实筑牢企业安全生产防线，凭借扎实的管理成效荣获青岛市安全生产竞赛优胜单位称号。



案例：荣获安全生产竞赛优胜单位

公司通过亮化安全宣传角、开展“身边隐患随手拍”活动、创建安全标准化班组、组织安全知识竞赛、进行应急演练、普及健康知识等举措，多维度提升职工安全操作技能与健康防护意识。2025年12月1日，公司荣获“查保促”“鲁安杯”竞赛优胜单位称号，体现了公司安全管理体系建设成效，为企业高质量发展筑牢了安全屏障。



“查保促”“鲁安杯”竞赛优胜单位名单

安全文化建设

公司制定《安全生产教育培训管理制度》，设立安全管理部为培训主管部门，从培训需求调查、计划制定、分层分类实施，到考核、评估改进、档案管理形成全流程管理要求，并针对不同群体制定差异化的培训，同时创新开展日常安全教育，通过安全知识竞赛、事故体验等多种方式，全方位规范安全教育工作，切实落实安全生产管理要求。



安全生产知识竞赛

关键绩效:

报告期内,

公司安全教育培训总投入**2.02**万元, 开展安全教育培训**29**场次,

接受培训**4,621**人次, 培训总时长**11,553**学时,

安全教育培训员工覆盖率**100%**。

承包商安全管理

公司秉持安全生产一体化管理理念, 将承包商安全管理纳入企业安全生产整体体系, 从严从实落实全流程管控要求。对外来承包商作业人员严格执行入厂登记、安全告知制度, 开展涵盖厂区风险、作业规范、应急处置的专项安全培训; 针对高处作业等特殊作业, 严格履行作业许可审批流程, 制定专项安全防护措施, 明确作业资质、防护装备、现场监护等硬性要求, 强化作业全流程现场管控。

职业健康保障

公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《用人单位职业健康监护监督管理办法》等法律法规, 持续推进职业健康管理举措, 筑牢员工健康防护屏障。

在作业环境优化方面, 公司采用防滑防渗的地面处理方案, 有效保障员工操作安全; 在风险防控方面, 公司通过张贴危害风险告知卡等方式强化作业现场风险提示, 明确岗位危害因素与防护要求, 并规范发放劳保用品、定期开展职业病危害因素检测。同时, 公司定期开展员工体检, 动态掌握员工健康状况, 及时干预潜在健康风险, 切实保障员工职业健康权益, 推动企业与员工共同健康发展。



噪声危害风险告知卡

警示告知卡

青食股份安全生产、消防安全、职业卫生培训

案例: 安全生产月活动

2025年, 公司深入贯彻落实习近平总书记关于安全生产的重要论述精神, 紧紧围绕“人人讲安全、个个会应急”主题, 组织开展安全生产月系列活动。通过开展安全生产教育培训, VR实景模拟, 逃生技能实操, 签署安全承诺等多样活动, 公司形成了上下联动、全员参与的良好氛围, 有效强化了全员安全生产红线意识和底线思维, 推动了安全管理责任落实落细。



安全生产培训



VR实景模拟



逃生技能演练



签署安全承诺墙

关键绩效:

报告期内,

公司特种作业人员持证上岗率**100%**, 工伤保险的投入金额**25.02**万元,

工伤保险人员覆盖率**100%**, 职业健康体检覆盖率**100%**,

职业病危害因素检测率**100%**, 职业病危害因素监测合格率**100%**,

新增职业病数为**0**。

社区公益

社会贡献

青岛食品始终坚守社会责任初心，建立健全公益管理与捐赠体系，制定《对外捐赠管理制度》，对公益捐赠事项进行标准化、规范化管控，确保公益力量精准落地；同时积极投身多元社会公益实践，以务实举措传递善意、凝聚温暖，践行企业公民的责任与使命。

关键绩效：

报告期内，

公司公益慈善投入 **0.5** 万元，

参与志愿活动共计 **220** 人次，

志愿活动时长 **60** 小时。

案例：“慈善一日捐”活动

2025年7月25日至7月28日，公司大力弘扬中华民族“乐善好施、守望相助”的传统美德，组织职工开展“慈善一日捐”活动。活动所筹善款，全部用于扶贫济困、扶老救孤、恤病助残等公益慈善领域，进一步营造了扶贫帮困、友爱奉献、互助和谐的良好企业氛围。



“慈善一日捐”现场图片

案例：无偿献血公益活动

2025年6月13日，公司分别在李沧厂区与城阳厂区组织开展无偿献血公益活动。来自管理、车间、销售及后勤等各岗位员工踊跃参与，以实际行动诠释大爱担当、传递人间温暖，充分弘扬了无私奉献的精神，为无偿献血事业的持续发展贡献了坚实力量。



无偿献血公益活动现场图片

案例：千包饼干圆梦计划

2025年，公司联合春雨中心、青岛地铁共同发起“与爱同行 奔赴星海”千包饼干圆梦计划。公司捐赠特制钙奶饼干42箱，共计1,008包（每包225克），助力为残疾女孩购置适配的电动轮椅，帮助其摆脱行动不便的困扰，实现自由出行的心愿。



千包饼干圆梦计划现场图片

乡村振兴

青岛食品将公司发展深度融入国家战略大局，以产业振兴为根本、以人才振兴为支撑，通过创造多元化就业岗位激活乡村人力资源潜能，为乡村劳动力搭建实现自我价值的广阔舞台，筑牢共同富裕的民生根基；同时积极投身乡村产业振兴，在促进城乡平衡发展、构建新型工农城乡关系中贡献力量。报告期内，公司乡村振兴惠及人数150人。

案例：供应链协同助力乡村振兴

2025年，公司以供应链协同为抓手，扎实推进对口帮扶平度市南村镇福顺村工作。为保障帮扶成效，公司联合核心供应商共同发起专项帮扶行动，统筹落实专项帮扶资金，为乡村振兴工作筑牢资金保障。

同时，公司积极践行供应链社会责任共担理念，主动优化采购合作模式：通过放弃原有合同订单减免权益、追加面粉采购订单等方式，在保障自身履约的同时，切实降低供应链伙伴经营压力，带动产业链上下游协同助力乡村发展，以实际行动彰显企业在乡村振兴中的责任与担当。

未来展望

面向新发展格局，青岛食品将秉持“守正创新”的核心理念，以打造百年青食为战略愿景，将可持续发展理念深度融入企业经营全链条，以创新驱动为核心引擎，推动品牌焕发持续生机，致力于成为休闲食品行业高质量发展的标杆。

► **在环境维度**，青岛食品始终坚守绿色发展理念，积极践行生态环保使命，全面响应国家绿色发展战略，持续深化绿色生产与供应链协同发展。公司不断优化生产工艺，强化能源精细化管理，大力推广绿色包装应用，推进资源循环利用，着力完善可持续发展管理体系。通过系统化、规范化的环保举措，有效降低生产经营对生态环境的影响，持续提升企业绿色品牌形象与社会美誉度，以实际行动助力可持续高质量发展。

► **在社会维度**，公司持续深化双轨研发战略。一方面坚守经典品类品质根基，围绕不同消费群体需求优化产品矩阵，丰富功能性、场景化食品供给；另一方面聚焦行业发展趋势与地域资源优势，探索特色原料应用与新品类布局，通过产学研协同与技术创新，构建差异化产品竞争力，满足消费者对健康、多元、潮流食品的消费需求。

► **在治理维度**，公司持续完善现代化企业治理体系，深化与上下游合作伙伴的长期稳定合作，构建共赢的产业生态；同时积极投身社会公益事业，推动品牌建设与社会责任的深度融合，让企业发展成果惠及员工、股东、消费者与社会各界，实现企业与社会的协同可持续发展。

立足中华老字号的深厚底蕴，青岛食品将以开放包容的姿态拥抱行业变革，在传承匠心与创新突破的平衡中，稳步迈向全国性知名品牌，为食品行业的创新升级与可持续发展贡献力量。



附录

关键绩效

治理绩效

类别	指标	单位	2023年	2024年	2025年	
经营绩效	营业收入	万元	48,930.98	52,586.05	54,514.33	
	净利润	万元	8,610.74	9,747.70	11,087.10	
	纳税总额	万元	6,979.24	7,073.03	7,919.75	
党建引领	公司党委数量 (含本级党委)	个	/	/	1	
	党支部数量	个	/	/	4	
	召开党委会次数	次	30	48	49	
	党员数量	人	80	79	78	
	股东会	股东会召开总次数	次	3	2	2
治理结构与董高薪酬管理	审议通过事项	项	19	16	29	
	董事会成员人数	人	7	7	7	
	按性别划分					
	男性	人	5	5	5	
	女性	人	2	2	2	
	按类型划分					
	独立董事	人	3	3	3	
	非独立董事	人	4	4	4	
	召开董事会次数	次	9	5	5	
	董事会审议通过事项	项	40	26	40	
薪酬政策	董事及高级管理人员报酬 (包含现任和离任)	万元	350.64	377.52	345.86	
投资者关系管理与股东权益	投资者交流	接待投资者现场调研次数	次	3	5	5
	接待投资者现场调研人次	人次	10	12	13	
	在互动易与投资者互动次数	次	54	43	36	
	互动易回复率	%	100	100	100	
公司每年现金分红情况	每股现金分红	元/股	0.3	0.3	0.35	
	派现总额 (含税)	万元	4,499.63	5,849.51	6,824.43	
	占合并报表净利润的比例	%	52.26	60.01	61.55	

类别	指标	单位	2023年	2024年	2025年
商业行为	向董事、管理层及员工提供的反商业贿赂及反贪污培训的总人次	人次	/	/	597
	提供的反商业贿赂及反贪污培训总时长	小时	902	1,086	1,194
	其中：董事及高级管理人员	小时	/	/	128

环境绩效

类别	指标	单位	2023年	2024年	2025年	
环境合规管理	环保投入总金额	万元	6.36	6.49	9.26	
	环保培训次数	次	1	1	1	
	环保培训参加人次	人次	536	487	468	
	环保培训时长	小时	1,072	974	702	
	因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚事件	件	0	0	0	
污染物排放	废水排放量	吨	41,926	39,888	50,070.40	
水资源利用	总用水量	吨	66,758	78,222	80,642	
能源利用	固定源燃烧	天然气	万立方米	117.61	123.56	119.09
	汽油	吨	7.47	5.32	4.56	
	柴油	吨	7.99	7.60	6.75	
	外购电力总量	外购用电 (华北电网)	千瓦时	8,043,040	8,999,560	9,329,402.31
	能源消耗总量	吨标准煤	2,575.39	2,768.27	2,747.03	
	能源消耗强度	吨标准煤/百万元	5.26	5.26	5.04	
物料耗用	包装材料使用总量	吨	4,244.32	4,465.68	4,483.42	
	其中：金属类包材	吨	6.32	8.68	7.42	
	纸类包材	吨	2,948	3,097	3,106	
	塑料类包材	吨	1,290	1,360	1,370	
应对气候变化 ²	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	7,705.72	8,435.31	8,542.68	
	其中：直接温室气体排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	2,589.54	2,710.69	2,609.19	
	间接温室气体排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	5,116.18	5,724.62	5,933.49	
	温室气体排放强度	吨二氧化碳当量/百万元	15.75	16.04	15.67	

²因温室气体核算因子有更新，为保持数据可比性，对往年数据作追溯调整。

产品绩效

类别	指标	单位	2023年	2024年	2025年		
创新驱动	研发投入	万元	162.23	293.79	511.35		
	研发投入占主营业务收入比例	%	0.33	0.56	0.94		
	新产品开发项目数	个	9	8	20		
	研发团队	研发团队总人数	人	13	23	21	
		研发人员占员工总人数比例	%	2.43	4.72	4.49	
		按学历划分					
		本科以下	人	3	4	3	
		本科	人	8	14	12	
		硕士	人	2	5	6	
		按性别划分					
		男性	人	3	5	6	
	女性	人	10	18	15		
	创新成果	授权专利累计数	项	9	9	9	
		其中：授权发明专利累计数	项	1	1	1	
		授权实用新型专利累计数	项	5	5	5	
		授权外观设计专利累计数	项	3	3	3	
		软件著作权累计数	项	6	6	9	
	产品和服务安全与质量	商标累计数	项	25	25	47	
		产品质量与安全	产品合格率	%	100	100	100
			年度质量内审次数	次	1	1	1
产品召回数量			件	0	0	0	
因健康与安全原因须撤回和召回的产品数量		件	0	0	0		
质量培训		质量培训人次	人次	562	607	618	
		质量培训总时长	小时	2,244	2,424	2,472	
		质量培训次数	次	8	9	9	
客户服务		收到客户投诉的次数	次	2	2	2	
		客户投诉解决率	%	100	100	100	
	客户满意度	分	93.77	91.77	92.68		
	参与调查的客户数量	人	47	44	45		
供应链安全	供应商总数	个	70	88	85		
	供应商审查	拥有质量管理体系认证的供应商数目	个	23	24	27	
		拥有环境管理体系认证的供应商数目	个	18	19	22	

类别	指标	单位	2023年	2024年	2025年	
供应链安全	供应商审查	因不合规被中止合作的供应商数目	个	0	0	0
		因不合规被否决的潜在供应商数目	个	0	0	0
	当地供应商绩效	向当地供应商采购支出的比率	%	86.5	87.0	85
	重大风险与影响	供应链环节中具有重大风险与影响的事件数量	件	0	0	0
平等对待	中小企业	报告期末逾期未支付中小企业款项金额	万元	0	0	0
数据安全与隐私保护	数据安全	发生泄露客户信息事件数量	件	0	0	0
		涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	件	0	0	0
		经确认的泄露、失窃或丢失客户资料的总数	件	0	0	0

员工绩效³

类别	指标	单位	2023年	2024年	2025年
劳工权益	劳动合同签订率	%	100	100	100
	劳务派遣人员	人	23	39	13
	员工总数	人	536	487	468
	其中：残疾员工数	人	5	4	1
	少数民族员工数	人	2	2	2
	少数民族员工比例	%	0.37	0.41	0.43
	按性别划分员工数				
	男性	人	255	231	226
	女性	人	281	256	242
	按年龄划分员工数				
	30岁以下（不含30岁）	人	60	56	53
	30-40岁（含30岁，不含40岁）	人	179	172	170
	40-50岁（含40岁，不含50岁）	人	177	170	170
	50岁及以上	人	120	89	75
	按教育程度划分员工数：本科以下				
	本科	人	431	376	343
	本科	人	97	100	111
	硕士	人	8	11	14

³ 由于数据的采集、测量与计算方法有更改，对部分数据进行追溯调整

指标		单位	2023年	2024年	2025年		
劳工权益	员工流动情况	新进员工数	人	27	19	23	
		员工离职数	人	13	29	5	
		员工总流失率	%	2.33	5.67	1.04	
	女性权益保护	管理人员中女性人数比例	%	30	30	31	
		休育儿假的员工总数	人	10	18	20	
		享受育儿假员工返岗率	%	100	100	100	
	福利与薪酬	社会保险覆盖率	%	100	100	100	
		困难员工帮扶人数	人	/	46	55	
		困难员工帮扶金额	万元	/	4.04	4.67	
	员工民主管理	定期接受绩效和职业发展考核的员工比例	%	100	100	100	
		职代会审议通过项目数	项	/	/	13	
	员工满意度	工会审议通过项目数	项	/	/	2	
		劳动纠纷案件的数量	宗	1	0	0	
	培训与发展	员工培训	收到员工投诉数目	宗	0	0	0
			员工培训投入	万元	4	2.21	11.28
员工培训场次			场次	29	31	39	
接受培训总人次			人次	4,362	4,218	5,707	
员工培训覆盖率			%	100	100	100	
安全生产		培训总时长	学时	16,380	16,273	14,727	
		安全应急演练次数	场次	15	15	8	
安全培训		安全生产事故数	起	0	0	0	
		安全培训总投入	万元	/	0.75	2.02	
		安全培训场次	场	20	21	29	
		参与安全培训人次	人次	3,264	3,124	4,621	
		参与安全培训人数	人	536	487	468	
		安全培训总时长	学时	13,064	12,875	11,553	
		安全培训员工覆盖率	%	100	100	100	
职业健康		持有特种作业操作证的特种作业人员总人数	人	27	27	29	
	特种作业人员持证上岗率	%	100	100	100		
	工伤保险的投入金额	万元	35.62	31.73	25.02		
	工伤保险人员覆盖率	%	100	100	100		
	职业体检覆盖率	%	100	100	100		
与乡村振兴 社会贡献	志愿活动时长	小时	16	32	60		
	志愿活动参与人次	人次	110	160	220		
	乡村振兴惠及人数	人数	100	300	150		

指标索引

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》议题索引

深交所指引议题	对应条款	对应报告章节
应对气候变化	第二十一条至第二十八条	应对气候变化
污染物排放	第三十条	污染物排放
废弃物处理	第三十一条	污染物排放
生态系统和生物多样性保护	第三十二条	生态系统与生物多样性保护
环境合规管理	第三十三条	环境管理
能源利用	第三十五条	资源利用
水资源利用	第三十六条	资源利用
循环经济	第三十七条	污染物排放
乡村振兴	第三十九条	社区公益
社会贡献	第四十条	社区公益
创新驱动	第四十二条	创新驱动
科技伦理	第四十三条	创新驱动
供应链安全	第四十五条	负责任供应链
平等对待中小企业	第四十六条	负责任供应链
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
数据安全与客户隐私保护	第四十八条	数据安全与隐私保护
员工	第五十条	员工权益保障、职业健康与安全
尽职调查	第五十二条	可持续发展治理
利益相关方沟通	第五十三条	利益相关方沟通
反商业贿赂及反贪污	第五十五条	商业道德
反不正当竞争	第五十六条	商业道德

《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG 6.0)》《GRI 可持续发展报告标准 (GRI Standards)》指标索引

目录	中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG 6.0	GRI 可持续发展报告标准 GRI Standards
关于本报告	P1.1/P1.2	2-1/2-2/2-3
董事长致辞	P2.1	2-22
走进青岛食品	P3.1—P3.3	2-1/2-6/2-9/2-27/201-1
专题：守正深耕主业 创新谱写新篇	S2.1.3	2-6
可持续发展治理	可持续发展愿景	/
	可持续发展管理体系	G1.1.1—G1.1.6
	利益相关方沟通	G1.3.1/G1.3.2
	重要性议题管理	G1.1.9
筑牢合规根基	党建引领	/
	公司治理	/
	董高薪酬管理	/
提升治理效能	投资者关系管理与股东权益	G1.3.1/G1.3.2
	合规经营与风险管理	/
	商业道德	G2.1.1—G2.1.3/G2.1.8/G2.2.1/G2.2.2
践行绿色低碳	应对气候变化	E1.1.1—E1.1.8/E1.1.14
	环境管理	E2.1.1—E2.1.3/E2.1.6/E2.2.5/E2.2.6/E2.4.1—E2.4.4/E3.3.2/E3.3.4
深化污染防治	资源利用	E3.1.1—E3.1.4/E3.2.1
	生态系统与生物多样性保护	E2.3.3

目录	中国企业可持续发展报告指南 CASS-ESG 6.0	GRI 可持续发展报告标准 GRI Standards
匠心智造精品 铸就食安防线	创新驱动	S2.1.2/S2.1.4—S2.1.6/S2.1.8/S2.1.10/S2.1.11
	产品和服务安全与质量	S3.3.1—S3.3.3/S3.3.5
	客户服务	S3.3.4/S3.3.6
	数据安全与客户隐私保护	S3.4.1—S3.4.4
成就员工价值 共享发展成果	负责任供应链	S3.1.1—S3.1.3/S3.2.1
	员工权益保障	S4.1.1/S4.1.3/S4.1.4/S4.1.6/S4.1.7/S4.1.11/S4.1.12/S4.3.1—S4.3.6
	职业健康与安全	S4.2.1—S4.2.6
未来展望	社区公益	S1.1.2/S1.1.4/S1.2.1—S1.2.4
附录	未来展望	A1
	关键绩效	A2
	指标索引	A3
	意见反馈	A6

意见反馈

尊敬的读者：

非常感谢您阅读《青岛食品2025年度环境、社会和公司治理报告》。为持续推动青岛食品在环境、社会和公司治理方面的工作提升与改善，在此诚邀您填写反馈意见表中相关问题，帮助我们对报告进行持续改进。

1.对于青岛食品来说，您的身份是：

- 政府或监管机构 股东/投资者 员工 供应商
客户 行业协会或科研机构 公益组织或社区组织 媒体
其他（请注明）

2.您对公司ESG报告的总体评价是：

- 非常好 好 一般 较差 差

3.您认为我们在社会责任方面做得如何？

- 非常好 好 一般 较差 差

4.您认为本报告的信息披露、版式设计和可读性如何？

- 非常好 好 一般 较差 差

5.您对我们履行ESG及本报告还有哪些意见和建议？

您可以通过以下方式联系我们：

地址：山东省青岛市李沧区四流中支路2号

电话：0532-84633589

邮箱：ir@qdfod.com

