

2025 年度

# 环境、社会和公司治理报告

Environmental Social and Governance Report



# 目录

## 关于春雪食品

荣誉一览	02
环境、社会和公司治理	03

## 01 优质产品

无抗/减抗养殖	11
产品质量及食品安全	14
消费者健康与权益保障	19

## 02 价值链协同

数智化治理	25
供应链协同	28

# CONTENTS

## 03 环境管理

污染防治	35
资源利用	40

## 04 稳健经营

合规管理	47
公司治理	52
党建实践	56

## 05 员工赋能

人才吸引与留任	59
人才发展	62

## 附录

GRI可持续发展报告标准	65
《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》对标索引	68
报告编制说明	69



# 关于春雪食品

春雪食品集团股份有限公司（春雪食品，605567.SH）位于山东省莱阳市，专业从事白羽鸡鸡肉产品的研发、生产加工和销售业务，配套以肉鸡善宰与商品肉鸡养殖业务，致力于成为中国鸡肉调味品细分行业的龙头企业。旗下拥有“春雪食品”“上鲜”两个主要品牌。“上鲜”累计七年获京东禽肉类目 TOP1。30 余年来，春雪食品充分发挥区位优势，立足高质量发展，成为“中国预制菜第一市”（莱阳市）预制食品品领域的龙头企业。

秉持着高度的社会责任感和使命感，公司自创立以来始终围绕国家发展战略，坚持高标准、严要求，践行高质量发展，先后荣获国家级守合同重信用企业、中国肉类食品行业禽业二十强企业、出口食品“三同”示范企业等荣誉，在鸡肉调味品领域具有较高的知名度和市场占有率，已发展成为行业领先的鸡肉调理食品加工企业。目前国内市场主要供应商超、快餐、便利店、电商、食品加工和批零售业，是沃尔玛、华润万家、永辉、大润发、三江购物、利群、家家悦、北国等大型超市连锁和德克士等国内外快餐连锁、全家便利店以及京东、天猫等电商平台的长期供应商；出口市场主要面向日本、欧盟、英国、中东、中亚等 20 多个国家及地区。

### 公司愿景

做中国白羽鸡高品质调熟食品细分产业龙头



### 公司价值观

满足客户，成就员工  
造福社会，回报股东

### 公司战略定位

专业从事白羽鸡鸡肉产品的研发、生产加工和销售业务，致力于成为中国鸡肉调味品细分行业的龙头企业。

## • 荣誉一览

全国质量检验稳定合格产品

中国质量检验协会

2025 年度“中国肉类影响力企业”

中国畜牧业影响力组委会、肉类食品网、  
现代畜牧网

2025 年度“中国肉鸡影响力企业”

中国畜牧业影响力组委会、肉类食品网、  
现代畜牧网

2025 年度“中国肉鸡影响力品牌”

中国畜牧业影响力组委会、肉类食品网、  
现代畜牧网

2025 年中国预制菜企业百强榜

艾媒咨询

2025 年中国国货消费品牌 500 强

艾媒咨询

2025 年 IDC 中国未来企业大奖 - 卓越奖

国际数据公司 IDC

2025 年度中国上市公司治理百佳企业

中国公司治理 50 人论坛

2025 年度中国出海上市公司治理五十佳企业

中国公司治理 50 人论坛



## • 环境、社会和公司治理

公司秉持“满足客户，成就员工；造福社会，回报股东”的核心价值观，与利益相关方建立畅通的沟通渠道及互信的合作关系，结合主要利益相关方的诉求识别公司的环境、社会、公司治理（ESG）实质性议题，明确内部职责分工，落实重点管理项目，通过向环境及社会带来的积极影响以实现公司的高质量发展。

### 管治架构

春雪食品遵循《上市公司治理准则》《上海证券交易所股票上市规则》等法规要求，持续推进公司环境、社会和治理（ESG）体系建设。为确保董事及高级管理人员有效监督 ESG 管理及各项工作，公司将 ESG 理念系统性融入企业治理架构，围绕“决策 - 管理 - 执行”三层构建 ESG 治理架构，推动 ESG 理念深入企业制度与日常运营。



同时，公司结合业务特点及可持续发展目标，在管理层年度绩效合同中纳入 ESG KPI，并根据高管在各项 ESG 事宜的相关职责制定差异化 ESG 考核权重，激励管理层推动公司可持续发展。

### 利益相关方沟通

为了更好地了解利益相关方优先关注的 ESG 议题，我们与员工、高级领导层、投资者、客户、供应商、政府机构和其他组织等内外部利益相关方保持定期沟通，并努力建立与每个关键议题相关的绩效指标和目标。

#### 主要利益相关方及沟通方式

关键利益相关方	关注的议题	沟通方式
 投资者	公司治理、商业道德、风险管理	股东会、财务报告、业绩报告、路演等
 客户	商业道德、食品安全、产品质量、员工安全与健康、环境保护	产品展览、客户调研、技术研讨会、B2B、客户热线、客户满意度调查等
 员工	商业道德、人才吸引与留任、人才发展、员工安全与健康	员工活动、企业内网、员工培训、员工自助系统、员工手册、企业内部刊物等
 政府及监管机构	公司治理、风险管理、商业道德、食品安全、产品质量、员工安全与健康、支持当地农业发展、环境保护、税务实践	机构考察、公文往来、政策执行、信息披露等
 合作伙伴	商业道德、供应商管理、支持当地农业发展、环境保护	公开招投标会议、战略合作谈判、交流互访等

## 实质性议题分析

2025年，公司依据《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（第一号 总体要求与披露框架）》“第二章 重要性议题识别与分析”要求，结合春雪食品畜禽加工、全球化出口的行业特性与业务布局，制定双重重要性议题（财务重要性 + 影响重要性）识别流程，具体如下。

**第一步：开展业务背景调研与利益相关方诉求分析**

作为识别工作的基础，全面梳理公司内外部经营背景，精准识别利益相关方核心关切，明确议题识别的边界与重点。

内部业务梳理	分析公司商业计划、发展战略及财务报表，梳理畜禽养殖加工、海外出口全价值链业务流程，明确国内生产基地、海外目标市场的运营特点与资源配置情况；
外部环境分析	跟踪食品行业 ESG 监管政策、海外贸易合规规则（如 SEDEX、GSLR 等），参考同业全球化 ESG 合规实践，识别行业共性与差异化风险和机遇；
利益相关方调研	通过访谈、问卷、座谈等方式，收集投资者、海外客户、监管机构、上下游供应商、员工等利益相关方诉求，重点聚焦全球化业务中的 ESG 合规、食品安全、劳工标准等核心关切点。

**第二步：建立双重重要性议题初始清单**

以上交所《指引》设定的 21 项基础议题为核心，结合公司食品加工行业特性与全球化 ESG 合规业务特色，补充自主识别议题，形成初始议题清单。

基础议题纳入	直接纳入上交所环境、社会、治理三大维度 21 项基础议题，重点筛选与食品行业高度相关的食品安全、劳工权益、反商业贿赂、应对气候变化等议题；
特色议题补充	结合全球化出口业务，新增海外 ESG 合规审核、国际市场准入资质获取、海外劳工标准适配、地缘政治合规风险应对等具有财务重要性或影响重要性的特色议题；
清单初步梳理	对所有纳入议题进行明确定义，梳理议题与公司业务的关联关系，排除与公司经营无实质关联的议题。

**第三步：开展财务重要性与影响重要性双维度评估**

针对初始清单中的每项议题，分别从财务重要性和影响重要性两大维度，结合短期（1年内）、中期（1—5年）、长期（5年以上）时间尺度开展量化 + 定性评估，明确议题对公司的实质影响。

财务重要性评估	影响重要性评估
判断议题是否对春雪食品商业模式、业务运营、财务状况、经营成果、现金流等产生重大影响，核心评估要点包括： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 议题是否影响海外营收占比、海外订单获取及全球化市场拓展节奏；</li> <li>2. 议题是否导致全球化 ESG 合规投入成本变动、融资成本及融资方式调整；</li> <li>3. 议题是否影响公司供应链稳定性、生产经营效率及品牌商业价值。</li> </ol>	判断公司在该议题的表现是否对经济、社会、环境产生实际或潜在重大影响，核心评估要点包括： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 议题是否影响海外业务所在地的劳工权益、社区发展及行业营商环境；</li> <li>2. 议题是否影响食品行业全球化 ESG 合规标准的落地与行业生态建设；</li> <li>3. 议题是否对公司上下游价值链的可持续发展产生传导性影响。</li> </ol>

**第四步：议题重要性分级与最终确认**

根据双维度评估结果，对议题进行重要性分级，筛选出 8 项核心重要性议题（下表带 \*）和 3 项一般重要性议题，经公司内部审议后形成最终清单，作为可持续发展报告披露与 ESG 管理的核心依据。

分级标准	同时具备财务重要性和影响重要性的，列为核心重要性议题；仅具备其中一项重要性且影响程度显著的，列为一般重要性议题；两项重要性均不具备的，剔除出议题清单；
内部审议确认	议题分级结果提交公司董事会及 ESG 管理相关部门审议，结合审议意见调整完善；
披露与应用	核心重要性议题按照上交所“治理 - 战略 - 影响、风险和机遇管理 - 指标与目标”四要素进行详细披露，纳入公司年度 ESG 管理重点。一般重要性议题按要求简化披露，作为常态化管理内容。

第五步：议题清单动态更新与文件留存

遵循上交所指南要求，建立议题清单动态更新机制，同时妥善保存识别与评估全过程的文件记录，确保信息可追溯、可鉴证。

动态更新

若春雪食品商业模式、海外市场布局、行业监管政策、利益相关方诉求发生重大变化，及时启动议题识别与评估工作，更新重要性议题清单；若未发生重大变化，无需每年重复开展全流程识别工作；

文件留存

留存背景调研资料、利益相关方调研记录、双维度评估底稿、内部审议文件等全套资料，作为内部信息追溯及第三方机构鉴证、审验的依据；

衔接管理

将最终确认的重要性议题清单与公司 ESG 战略、风险管理体系、绩效考核体系衔接，推动议题管理落地执行。

ESG 主题	议题类别	具体议题	财务重要性 (等级 + 依据)	影响重要性 (等级 + 依据)	影响周期及程度
优质产品	特色议题	* 无抗 / 减抗养殖	高；无抗产品具备明显溢价优势，可显著增加营收，同时能获得政府专项政策补贴支持；产品竞争力持续增强，有力支撑高端市场准入，山姆、欧洲等优质渠道订单占比稳步提升。	高；降低动物源细菌耐药性，6个基地获欧盟 GSLR 认证，推动行业养殖标准升级；带动周边养殖户转型，契合绿色农业政策。	短期：高（溢价增收、高端渠道拓展）； 中期：高（技术迭代降本，养殖户规模化转型）； 长期：高（输出行业标准，引领健康消费）
	基础议题	* 产品质量及食品安全	高；是企业核心营收及出口业务的重要支撑，可有效减少售后相关成本，产品具备稳定溢价空间。	高；覆盖广泛消费者群体，参与制定团体标准，政府抽检合格率 100%，提升行业公信力。	短期：高（保障订单稳定）； 中期：高（AI 品控提效）； 长期：高（口碑沉淀溢价）
	特色议题	* 消费者健康与权益保障	高；核心客户复购率显著高于行业平均水平，良好品牌口碑为营收增长提供有力支撑。	高；全链路追溯体系保障食品安全，无抗产品满足健康消费需求。	短期：高（复购率提升）； 中期：中（追溯体系优化）； 长期：高（品牌价值沉淀）

ESG 主题	议题类别	具体议题	财务重要性 (等级 + 依据)	影响重要性 (等级 + 依据)	影响周期及程度
价值链协同	特色议题	* 数智化治理	高；降本增效成效显著，是企业净利润增长的核心驱动力之一。	高；获评行业数智化相关荣誉，广泛开展员工数智化培训，推动行业数智化转型进程。	短期：高（降本见效）； 中期：高（场景拓展）； 长期：高（生态化赋能）
	基础议题	* 供应链协同	高；保障企业产能稳定释放，有效规避供应链断供带来的损失，国产化供应链具备明显成本优势。	高；带动 2000+ 农民就业，扶持金额超 400 万元，助力乡村振兴。	短期：高（供应链稳产能）； 中期：高（数字化协同降本）； 长期：高（生态化布局）
环境管理	基础议题	* 污染防治	高；可有效规避大额环保处罚，为出口业务提供合规支撑，环保投入控制水平优于行业平均。	高；排放指标优于国标，获“烟台市绿色工厂”，改善区域生态与社区环境。	短期：高（保障合规运营）； 中期：中（设备升级降本）； 长期：高（树立行业环保标杆）
		* 资源利用 (能源、水资源)	高；可显著节约各类资源消耗成本，规避未来碳关税相关支出，提升企业融资便捷性。	高；响应“双碳”目标，推动行业资源高效利用模式升级。	短期：中（成本节约见效）； 中期：高（可再生能源应用提效）； 长期：高（碳管理赋能估值）
	特色议题	可再生能源应用与碳排放管理	中；中期可再生能源规模化应用可实现显著成本节约，同时提升 ESG 评级降低融资成本。	高；碳排放控制成效优于年度目标，助力区域“双碳”落地。	短期：中（试点应用）； 中期：高（规模降本）； 长期：高（碳交易变现）
稳健经营	基础议题	* 合规管理	高；海外核心市场出口增长势头强劲，创汇能力突出，不合规将导致重大订单损失。	高；出口备案率 100%，助力外贸稳增长，推动行业国际化合规标准升级；适配不同区域 ESG 标准，整合国际合规资源，提升企业国际公信力。	短期：高（合规拓市、成本控制）； 中期：高（标准本土化、毛利率提升）； 长期：高（行业规范引领、国际公信力沉淀）
		劳工权益	中；SEDEX 体系合规保障海外订单获取，避免合规违约损失。	高；符合国际劳工标准，提升中国禽企国际形象，推动行业国际化劳工管理规范。	短期：中（合规拿单）； 中期：高（本土化适配）； 长期：高（树立国际口碑）
	ESG 风险管理	中；全面覆盖合规、质量、供应链等核心 ESG 风险，可有效减少各类潜在损失。	高；建立全流程风险管控机制，为行业 ESG 风险管理提供范本。	短期：中（风险规避）； 中期：高（体系完善）； 长期：高（范本输出）	

# 优质产品

公司坚持“一防、二控、三检测”的原则，建立了《自检自控体系》，对药品采购和使用、饲料加工、委托养殖场的管理、宰杀分割加工、原辅料的采购、调熟产品加工、储存、冷链运输及检验检测等“全产业链”环节进行严格规范流程，明确界定任务与责任，确保食品安全全流程无缝覆盖。

无抗 / 减抗养殖	11
产品质量及食品安全	14
消费者健康与权益保障	19



# 无抗/减抗养殖

指标	目标	报告期进展
抗生素使用量	每年减少 5%	减少 7.1%
养殖基地认证	推进养殖基地获得欧盟 Global Gap 认证	6 个养殖基地获得欧盟 Global Gap 认证
饲料转化率提升幅度	提高 2%	提高 1.3%

无抗产品具备溢价优势，是公司营收增长的核心动力。减抗养殖能够减少兽药相关成本，降低因药残超标带来的损失，部分养殖基地还获评减抗试点达标场，成功争取到政府专项补贴，直接提升盈利水平。这种养殖模式助力高端市场准入，相关渠道订单占比持续提升，短期增收效果突出，中期可通过技术迭代进一步降本增效，长期还能输出行业标准拓展盈利来源。

公司响应农业农村部《全国兽用抗菌药使用减量化行动方案》，降低动物源细菌耐药性风险，保护生态环境与公共卫生安全，契合环境维度双重重要性要求。6 个养殖基地获欧盟 GSLR 认证，推动白羽鸡行业养殖标准升级；无抗养殖技术推广带动周边养殖户转型，助力绿色农业发展与乡村振兴，惠及 500 万+ 健康饮食人群。

## ● 治理

公司设立无抗养殖管理小组，由生产副总牵头，成员涵盖养殖、研发、质检、采购部门。养殖部门负责无抗养殖流程落地，研发部门攻关替抗技术，质检部门检测药残指标，采购部门保障无抗饲料供应。

公司制定《无抗养殖操作规范》，对养殖户开展专项培训与考核；建立养殖环节药残检测台账，每批次出栏肉鸡必检；将抗生素使用量降幅、无抗产品合格率纳入养殖部门考核，推行“减抗达标奖励”机制；定期开展无抗养殖合规审计，确保流程落地。

## ● 战略

公司通过政策解读、技术调研与市场分析，系统识别该议题的核心风险与机遇，其中风险涵盖替抗技术不成熟引发的肉鸡发病率上升、无抗饲料成本波动以及国际无抗标准升级等方面，机遇则包括无抗食品市场扩容、政府减抗补贴支持以及无抗养殖技术输出变现等内容。

针对这些风险与机遇，公司明确了分阶段发展目标，短期推动更多养殖基地实现无抗认证，并提升替抗产品替代率；中期着力研发自主替抗技术，以降低相关成本，并提高无抗产品销售额占比；长期则致力于构建无抗养殖标准化体系，向行业输出技术与经验，打造无抗禽肉标杆品牌。

从财务层面来看，短期替抗产品相关投入虽会增加成本，但无抗产品的溢价收益与政府补贴足以覆盖支出并实现增收；中期自主替抗技术的落地应用能够有效降低替抗成本，进一步推动无抗产品毛利率提升；长期来看，无抗养殖标准化体系的技术输出可创造新的技术服务收入，助力公司拓展盈利来源。

## ● 影响、风险和机遇管理

公司制定了一系列管理措施，包括建立替抗技术研发项目库并优先攻关核心技术，与饲料供应商签订长期协议以锁定无抗饲料价格，跟踪国际无抗标准动态并提前调整养殖方案，同时为合作养殖户提供无抗养殖保险以降低发病率相关风险。

### 饲料研发

公司遵守农业农村部第 194 号公告，确保饲料中不含促生长类抗生素，根据肉鸡不同生长阶段、不同生理机能及不同季节变化的营养需求，自行研发了专门的饲料配方，结合原料的实际质量动态调整配比参数，广泛添加维生素、氨基酸、益生菌等生物技术产品，结合先进的发酵豆粕工艺，有效保证饲料营养均衡，提高鸡肉抗病能力和成活率，进而提高饲料转化率。

报告期内，公司研发碴+粒饲料，通过玉米破碎与颗粒饲料的混合，刺激肉鸡肌胃发育，增强消化吸收能力；加快采食速度，助力生长提速，降低料肉比以节省饲料成本；还能减少制粒能耗，提升鸡胗附加值，综合提升养殖经济效益与生产性能。

### 养殖技术研发

公司注重生物安全体系建设并使之有效运行，在鸡舍搭建、改善鸡舍环境、精准饲料营养、生物安全措施、健康养殖管理、替抗技术等都有完整的流程和技术规范，充分掌握了立体养殖全舍育雏技术、立体养殖肉鸡通风管理技术、立体养殖肉鸡夏季防暑降温技术、肉鸡免疫程序优化等国内先进的肉鸡养殖技术。

公司采用“三级兽医”管理体制，“驻场兽医”负责对养殖过程进行指导和管理，“巡回兽医”负责对各饲养场的用药、免疫、饲养、防疫进行巡回指导、监督和检查，“总兽医师”负责总体养殖技术指导 and 用药管理，为养殖户的科学养殖提供全面的技术支持。每周组织召开技术例会，针对区域反馈的问题研讨解决方案。

报告期内，公司联合山东农业大学、烟台大学、济南大学共同开展山东省重点研发计划（乡村振兴科技创新提振行动计划）《白羽肉鸡高效高值关键技术集成创新与示范》畜禽高效高值关键技术集成创新与示范项目的研究，围绕白羽肉鸡“精准饲喂—节本增效、优质生产—提质增效”，专家团队重点解决了白羽肉鸡高效养殖和鸡肉高质生产的关键科学问题与技术瓶颈。



### 用药管理

公司与客户及第三方机构联合构建严格的商品肉鸡药品管控清单，持续开展畜禽产品兽药残留监控和动物源细菌耐药性监测计划，在肉鸡养殖中减少直至停止使用包括恩诺沙星、硫氰酸红霉素、头孢噻唑等在内的抗菌药物（HPCIA）。同时，我们开展抗生素替代研究工作，利用酸化剂、微生态制剂等降低抗生素使用量。我们针对性提升饲料和饮水环境，为动物提供良好的生活环境和生活水平，提高动物抵抗力。

报告期内，公司完成停用硫氰酸红霉素、替米考星、金霉素，恩诺沙星和头孢噻唑等抗菌药物也在持续减少用量。公司通过大肠杆菌、产气荚膜梭状菌两种噬菌体作为替抗产品，可替代同品种抗生素 50% 以上。

公司制定养殖场用药流程规范，每年开展兽药使用培训，并要求所有兽医严格遵守《中华人民共和国动物防疫法》。对当日屠宰肉鸡进行兽药残留实验室监测，对不合格肉鸡实施无害化处理。公司围绕兽药相关法律法规、兽药安全使用规范、用药肉鸡管理、风险兽药识别及排查等内容，定期开展兽药使用培训，指导养殖场科学规范使用兽药；并持续推进养殖场抗菌药的减量化行动。

截至报告期末，公司共计开展 30 余场兽药专项培训，覆盖超 500 人次养殖从业人员；公司 2 个合作养殖场获得“山东省首批兽用抗菌药物使用减量化行动试点达标养殖场”称号，1 个养殖场获得“山东无抗饲料产品实验场”称号。

**截至报告期末**

公司共计开展兽药专项培训	覆盖养殖从业人员超	获得“山东无抗饲料产品实验场”称号的合作养殖场
<b>30</b> 余场	<b>500</b> 人次	<b>1</b> 个
获得“山东省首批兽用抗菌药物使用减量化行动试点达标养殖场”称号的合作养殖场		<b>2</b> 个



### 推广四层立体养殖技术

四层立体养殖技术作为一种高效且集约化的先进养殖方式，通过垂直立体利用空间提高单位面积的土地产出，减少粪便处理和废水排放等环境的污染，同时配合自动化的环境控制和饲养管理系统，保持稳定、适宜的养殖环境，提高鸡只的生产性能，如产蛋率和生长速度，优化生产效率和动物福利。报告期内，公司推出四层立体养殖扶持政策，已有 8 户养殖户采用该技术，每批出栏量 139.2 万羽，较三层笼养技术每批增加 34.8 万羽。

**报告期内**

已采用四层立体养殖技术养殖户	每批出栏量	较三层笼养技术每批增加
<b>8</b> 户	<b>139.2</b> 万羽	<b>34.8</b> 万羽



### 研究公母分饲

传统的混合饲养方式难以满足不同性别的公鸡和母鸡在生长速度、体型、营养需求等方面特定需求，容易导致资源分配不均，影响整体养殖效率和产品质量。为此，公司推进公母分饲研究项目，根据公母肉鸡的不同需求调整饲料配方和饲养环境，实现对不同性别鸡只更加精准化的管理，提高饲料转化率和生产效率，从而提高养殖效率和产品质量。报告期内，共有 16 户养殖户参与公母分饲试点项目，养殖规模 131.6 万羽。

### 探索国产品种养殖

为逐步摆脱对进口种源的依赖，提升种源的自主性，保障肉鸡产业的稳定发展，公司持续开展国产肉鸡新品种试养，详细记录鸡苗的生长情况、饲料消耗量、疾病发生情况等数据，并对标其他农舍的试养情况进行分析，积极探索饲料配比、疾病预防和治疗等鸡苗养殖技术，同时获得了国产鸡苗国家补贴，为企业的可持续探索提供了有力保障。

## 产品质量及食品安全

产品质量及食品安全直接决定营收稳定性与盈利水平。欧盟 BRC、日本肯定列表等国际认证是海外市场准入核心，若出现质量问题导致认证失效，将造成海外市场订单重大损失。核心客户因质量合规性保持较高复购率，显著高于行业平均水平，支撑产品获得合理溢价；质量投诉控制在较低水平，有效减少售后理赔与品牌修复相关成本。同时，消费者对健康食品的溢价接受度提升，进一步放大质量合规的盈利贡献。

另一方面，公司参与制定《预制肉类菜肴》团体标准，为白羽鸡行业品控提供范本；2025 年获得“全国质量检验稳定合格产品”认证，政府食安抽检合格率 100%，提升公司品牌公信力。

指标	目标	报告期进展
产品体系认证	<ul style="list-style-type: none"> <li>肉品加工中心、食品加工中心 ISO 9001、HACCP、BRCS、HALAL 认证全覆盖</li> <li>肉品加工中心通过依据欧盟法规 (EC) 1099/2009 的动物福利认证</li> <li>饲料厂 ISO 9001、ISO22000、欧盟 Global GAP 认证全覆盖</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>肉品加工中心、食品加工中心 ISO 9001、HACCP、BRCS、HALAL 认证全覆盖</li> <li>肉品加工中心通过依据欧盟法规 (EC) 1099/2009 的动物福利认证</li> <li>饲料厂 ISO 9001、ISO22000、欧盟 Global GAP 认证全覆盖</li> </ul>
药物残留分析能力	100% 肉鸡接受药物残留检测	100% 肉鸡接受药物残留检测
抽检合格率	100%	100%

## ● 治理

公司建立“董事会统筹—管理层执行—全部门落地”三级架构。董事会审批质量战略与品控预算；管理层设立质量管理部，牵头搭建“5级18道检测”体系，覆盖养殖、屠宰、加工、仓储、运输全环节；生产、质检、研发部门分工协作，生产环节设质量控制点，研发部门优化品控技术，质检部门负责全流程检测与追溯管理。

公司实行“质量一票否决制”，不合格产品严禁出厂；建立全链路追溯系统，从鸡苗养殖到终端销售全程可查；每月开展质量数据分析，每季度向董事会汇报品控进展，将产品抽检合格率、质量投诉率纳入生产与质检部门 KPI 考核，与绩效直接挂钩。

公司建立了严格的《自检自控体系》和《产品追溯体系》，制定了《食品安全管理办法》《食品安全应急预案》《食品安全监控计划》《肉鸡动物福利管理计划》等食品安全相关文件，设置了相应权限和流程。报告期内，公司完善了李斯特菌属的监控程序和监控计划，更好地确保出厂产品的食品安全。

## ● 战略

通过政策跟踪（食安法规更新）、客户调研、同业对标及消费者反馈收集，公司系统识别出该议题的核心风险与机遇，其中风险包括无抗产品药残超标、新增水产加工业务质量管控不足、国际品控标准升级及消费者健康诉求迭代，机遇则包括无抗食品市场需求增长、高端客户质量溢价空间扩大、智能化品控技术应用场景拓展及消费者权益保障赋能品牌价值提升。

我们围绕质量与消费者权益保障明确了分阶段发展目标，短期将优化无抗产品检测流程、提升追溯效率并加快消费者健康咨询响应速度，中期计划引入智能化质量控制技术实现生产过程实时监控与异常预警，同步搭建消费者健康服务体系，长期则致力于构建覆盖产品设计、原料采购、生产加工、终端服务全环节的全生命周期质量服务体系，打造食品行业质量与消费者权益保障双标杆，匹配汇总表短中长期高影响程度的定位。

从财务层面来看，短期品控相关投入虽会有所增加，但质量投诉减少能够节约相应售后成本，实现正向收益；中期智能化质量控制技术的应用可提升生产效率、减少废品损失，进一步助力盈利提升；长期来看，优质口碑将带动核心客户复购意愿提升，健康服务体系可进一步放大产品溢价，保障营收持续增长。

## ● 影响、风险和机遇管理

公司建立无抗养殖全流程管控台账，对每批次肉鸡开展药残检测；为水产加工业务制定专项品控方案并配套专属检测设备；安排专人跟踪国际品控标准更新，提前调整生产流程；与科研机构合作研发高效检测技术与替抗方案；同时建立消费者反馈快速响应机制，及时优化产品与服务。

## 全链条质量管控

公司按照 ISO9001、HACCP、欧盟 BRC 等食品安全控制体系要求，遵循国家市场监管总局的《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》，制定《食品安全防护计划》等规章制度文件，明确食品安全总监及食品安全员的职责和权限，从原辅料、产品、生产工艺、危害分析工作表对食品安全风险控制提出了要求和识别，制定食品安全风险管控清单，建立健全日管控、周排查、月调度工作机制，并在日常开展实施，公司对动物福利、冷链管理、产品追溯和产品召回等关键环节进行严格控制。同时，公司的品管团队和第三方审核机构定期在公司全范围进行产品质量和食品安全审核，帮助公司生产安全、高质量的食品，并帮助我们的客户和消费者增加信心。报告期内，公司产品均达到各项质量目标，未出现质量安全事故。

报告期内，ISO 发布国际标准 ISO 19599:2025《鸡屠宰操作规程》正式发布，这是我国家禽屠宰领域主导制订的首项国际标准，实现山东畜牧业国际标准制定“零的突破”。公司积极参与上述标准制定，助力标准明确鸡屠宰全链条技术细节，以科学规范的“中国方案”获全球高度认可，为中国鸡肉产品走向世界、赢得国际信任筑牢标准根基。

### 动物福利

- 公司获得 GLOBAL SLR 认证，将动物关怀举措融入肉鸡的全生命周期管理，对肉鸡的饲养管理、养殖环境、装运操作和待宰监控等方面制定了科学全面的准则。公司在屠宰中心的肉鸡待宰区配置了有助于肉鸡放松的蓝光设备，降低肉鸡的应激反应。
- 公司获得 HALAL 清真食品认证，任命持有专业证书的动物健康和福利专员（阿訇）规范操作。
- 对动物福利执行的相关人员进行定期培训，并根据执行情况持续完善动物福利操作规范。

### 冷链管理

- 制定了《运输服务供应商管理规定》等制度文件，规定了运输车辆开运前及运输过程中的温度卫生要求、驾驶装卸安全操作、车队管理等相关内容，通过 GPS 随时监控运输过程中的车辆温度，以确保产品在运输环节满足冷链要求。
- 制定了《仓储管理规定》《运输服务供应商管理规定》等文件，严格控制产品运输及贮藏条件，确保产品质量合格。

### 产品追溯

- 建立了《标识管理规定》《产品可追溯性控制程序》等管理制度，通过条码产品身份认证，可以追溯到加工该产品的生产日期、关键加工环节的执行情况、执行人、发货时间、发货人、生产原料、辅料和包装物料的供应商等信息。

### 产品召回

- 公司建立了食品安全应急响应机制，制定《产品召回撤回制度》《食品安全突发事件应急处置预案》，成立突发事件应急行动小组；每年至少组织 1 次全链条追溯演练及 1 次产品召回演练，模拟召回有效率需达到 98% 以上，确保一旦发生食品安全事件，快速召回撤回产品，最大限度减少对公众的危害。报告期内，公司未因产品质量或食品安全发生产品召回事件。



### 专业检测实力

公司结合产品特性、实际加工过程及风险评估情况制定了原辅料、包装材料输入端风险监测、进货检验，以及生产过程检验、成品入库检验、库存检验、出厂检验、型式检验、货架期风险监测等全过程的检验计划、控制标准，实现了全过程的质量控制，保障产品质量均符合国家及行业相应标准。

#### 内部检测





- 设有通过 ISO/IEC 17025:2017《检测和校准实验室能力的通用要求》及国家实验室能力认可 (CNAS) 的前处理室、液质联用室、气质联用室和液相色谱室四大检测中心，配备了先进的检测仪器，报告期内，公司新增高分辨、气质、液相 3 台仪器，新增兽药、农药残留及食品添加剂检测能力，检测的项目累计达 540 余项
- 综合各终端市场的产品质量标准，按照“就高不就低”的原则进行兽药残留、农药残留、微生物残留及食品添加剂等项目的检测，涵盖基本理化指标、质量稳定性指标、营养指标、特征指标、食品安全强制指标及风险监控、潜在危害指标等各方面，全面覆盖各大产品的各类质量安全标准
- 在生产线配备在线检测设备，提升产品质量以及环境污染的实时控制能力

#### 外部审核

- 公司积极引进 BRCGS 飞行审核，截至报告期末，5 家工厂均通过了飞行审核
- 对生产用水每年按照国家标准《GB5749 生活饮用水》送第三方进行 97 项指标检测；以及《欧盟饮用水水质指令》(EU) 2020/2184 的 79 项指标检测

### 质量文化建设

公司持续强化质量与安全文化建设，每年定期对员工开展产品质量和食品安全相关培训，将质量安全融入日常工作之中。

 <p>产品质量培训</p>	<p>开展法律法规标准、质量控制措施、质量管理体系及流程制度、精益六西格玛管理、全面质量管理等专题培训。报告期内，公司共开展 267 次质量相关培训，24,126 人次参与培训，累计培训 420.5 小时。</p>
 <p>食品安全培训</p>	<p>开展全员参与的食品安全培训活动，内容涵盖食品安全基础知识、新法规标准、良好操作规范或食品安全关键要求等。报告期内，公司共开展 232 次食品安全培训，19,312 人次参与培训，累计培训 329.5 小时。</p>
 <p>GMP检查</p>	<p>开展六源查找、亮点改善活动，向全体员工征集关于污染源、清扫困难源、故障源、浪费源、缺陷源、危险源的改善提案，引导全员参与生产设备改善提升，并对其中优秀的提案进行奖励。报告期内，公司完成六源清除 5,448 条，亮点改善 5,236 项。</p>
 <p>内审员培训</p>	<p>48 位员工通过 BRCGS/HACCP/HALAL/ 动物福利 / 食品防护 / 害虫防治的内审员 / 职业技术能力的培训，强化内部审计人员和特殊岗位人员的专业能力。</p>

## 消费者健康与权益保障

消费者健康与权益保障直接关联公司品牌口碑与营收稳定性，核心客户因健康保障与权益服务保持较高复购意愿，能够有效支撑产品获得合理溢价空间。通过持续完善权益保障体系，可有效减少公司品牌声誉损失及客诉赔偿相关支出，健康服务的进一步延伸还能放大产品溢价收益，契合高端市场拓展需求，为公司营收稳定增长提供有力支撑。

另一方面，公司产品直接覆盖 2,000 万 + 消费者健康权益，公司的无抗产品惠及 500 万 + 健康饮食人群，公司建立完善的可溯源体系，消费者可清晰查询产品生产全流程信息，切实保障消费者权益；通过公开营养成分、响应健康诉求，践行食品企业社会责任。

指标	目标	报告期进展
客户满意度	≥ 97%	99%
顾客投诉	生品：≤ 0.05 次 / 百吨 调理品：≤ 0.3 次 / 百吨	生品：≤ 0.03 次 / 百吨 调理品：≤ 0.18 次 / 百吨

### 治理

公司建立“决策层统筹—管理层执行—多部门协同”三级架构。决策层审议消费者健康与权益保障相关重点事项，管理层设立专项工作小组，牵头协调研发、质检、客服、市场部门；研发部门由食品工程博士领头，人员组成涵盖食品科学和工程、生物工程、烹饪、包装、美术等产品开发相关专业领域，着重优化产品营养适配，质检部门保障追溯数据真实，客服部门负责诉求响应，市场部门收集健康需求反馈。

公司建立完善的可溯源体系，消费者可清晰查询产品生产全流程信息；将消费者满意度、追溯信息查询量纳入相关部门 KPI 考核，与绩效直接挂钩；每季度开展消费者权益保障合规自查。

### 战略

公司通过消费者调研、行业对标、政策跟踪及舆情监测，系统识别消费者健康与权益保障议题的核心风险与机遇，其中风险涵盖消费者健康诉求迭代较快、追溯信息更新不及时、权益纠纷处理不当引发舆情以及个性化服务能力不足等方面，机遇则包括健康消费市场扩容、健康服务溢价空间扩大、追溯技术升级优化服务体验以及权益保障赋能品牌差异化竞争等内容。

公司围绕消费者健康与权益保障明确了分阶段发展目标，短期优化无抗产品追溯查询流程，加快健康咨询响应速度并提升消费者满意度；中期搭建消费者健康服务体系，推出个性化营养建议服务，并推动追溯体系覆盖全品类产品；长期则致力于构建“健康保障 + 权益服务”双体系，打造食品行业消费者服务标杆并形成可复制的行业经验。

从财务层面来看，短期虽需投入成本用于服务端口搭建与员工培训，但复购率提升与客诉减少将实现增收节支，中期健康服务体系落地可推动高端产品销量增长并助力毛利率提升，长期品牌价值沉淀则能进一步放大产品溢价，吸引更多高端客户合作，保障营收持续增长。

### 影响、风险和机遇管理

公司开设线上线下消费者健康服务端口，公开产品营养成分表与健康食用指南，联合营养师团队为不同人群提供个性化适配建议，同时优化追溯系统功能，支持扫码快速查询全流程信息并新增异常数据预警同步消费者功能，加强员工健康服务与权益保障培训以提升服务专业性。

### 消费者健康

公司始终聚焦健康安全食品研发，以实际行动践行品质承诺。报告期内，公司推出养殖全程不使用抗生素、激素及其他外源性药物的无抗鸡肉系列产品，从源头杜绝药物残留风险，契合消费者对健康饮食的核心需求。

公司产品实现全环节无抗认证，从繁育、饲养到加工、检测均执行严苛管控，并建立完善的可溯源体系，消费者可清晰查询产品生产全流程信息。公司将“同线、同标、同质”的严苛标准贯穿无抗鸡肉研发全过程，既为消费者提供了安全可靠的食物选择，也为行业健康化发展树立了标杆。

### 食品加工及保鲜技术研发

公司研发中心与南京农业大学、鲁东大学、山东农业大学、青岛农业大学、烟台大学、山东城市服务技术学院、济南大学等高校开展技术交流和产品合作研究，形成相关的技术体系和科研成果，有力地保证公司在本行业技术创新的技术领先地位。

合作项目	合作方	项目意义
获批“畜禽产品精深加工与安全控制山东省工程研究中心”	烟台大学	整合检测资源，强化从原料到成品的全链条安全研究，推动检测技术、加工工艺与风险控制的协同创新
预制菜全产业链低温杀菌控制技术研发与应用	南京农业大学、烟台大学	开展等离子体冷杀菌关键技术装备的研究，突破低温等离子体冷杀菌关键技术

公司于 2025 年申请发明专利 6 项，培养乡土科技人才 30 名以上，培养低温杀菌技术人员 20 人，发表 SCI 论文 6 篇，申请实用新型专利 2 项，在莱阳市大力推进产业人才招引、强化科技人才支撑推动绿色食品产业高质量发展的背景下，成为“人才赋能莱阳食品加工企业——引领产业高质量发展专项行动”中一项凸显人才赋能科技引领作用的产业化示范成果。

## 可持续包装

公司制定了《可持续包装指引》，研发部负责研究同行业生产、技术、研发的发展方向，其中包括对可持续包装的研究。公司生产中心下设的包装厂综合考虑生产成本和包装质量，根据研发部提供的产品包装设计规格生产符合食品安全要求的包装材料。

为了适应消费者在家庭、餐厅、旅行等不同消费场景的不同就餐人数的饮食需求，配合执行国家大力推广的“光盘行动”，避免食物浪费，我们开发了“单人份、双人份、家庭装”等不同重量规格的产品包装，努力保证消费者能够按照自己的实际需求进行适度、合理的消费，尽量减少食物浪费。

在设计包装时，我们力求从产品性能和可持续性的角度进行客户和消费者想要的改进，同时保持对食品安全的严格管控，设计既能减少对环境的影响，又能提供更实用、更易于使用的包装解决方案。例如，在充分保证食品安全的前提下，按照不同储存温度环境下食品包装性能的实际需要，适度调整和降低产品包装内袋塑料材料的厚度，根据季节变化，在冬季适度降低纸箱中瓦楞纸的强度和包材的使用量，合理控制内外包装材料的使用，避免过度包装。同时，我们将回收标识添加到我们的包装上，以便消费者了解如何正确处置包装，实现回收利用。

## 消费者权益保护

公司聚焦消费者沟通与负责任营销两大核心维度，通过搭建全渠道反馈机制、优化服务全流程、强化客服专业能力实现客户投诉闭环；同时严守法规开展标签与营销合规审查，常态化组织员工普法培训，保障信息真实透明，切实提升消费者信任度与满意度。

## 消费者沟通

公司打造专业化服务队伍专注于优化用户体验、配送流程和服务质量，制定售后客服话术手册，为不同沟通情景提供实操指引，并定期为客服提供案例培训，增强其解决问题的能力，提升客服专业水平和消费者的体验。报告期内，客户投诉关闭率 100%。



为了提升用户体验，我们根据客户标签设计会员专属活动，旨在增强顾客对品牌的忠诚度。同时，针对团购等特殊订单，我们提供定制化的运输和配送服务，确保能够满足不同客户的多样化需求。



我们的仓库货架采用科学分类和合理摆放的原则，提升了货物打包的效率与准确性，同时我们与多家知名快递公司建立了合作关系，有效提高了揽件速度及物流时效性，满足了消费者对高效配送的需求。在包装方面，我们采用坚固耐用的材料来保护商品免受损坏，在运输过程中，我们要求所有合作伙伴遵守严格的安全规定，确保货物的安全抵达。此外，我们每月都会对各地区的物流状况进行深入分析，并据此及时调整策略，确保线上用户下单后能够在大约 48 小时内收到商品。



我们设立了专门的客户服务团队，负责处理客户的咨询、投诉和建议。无论是关于订单状态的查询还是对配送服务的反馈，我们都会尽快响应并提供满意的解决方案，如遇发货即将超时，我们会与顾客及时沟通，解释原因、安抚情绪。同时，我们日常分析客户评价及意见，从客户角度出发优化服务流程，并采取对比同行评分、模拟顾客体验等方式，不断发现并学习最佳实践，帮助我们提升服务质量和客户体验。



公司建立多渠道反馈机制，包括售后客服热线、客户售后（客户投诉 / 退货申请）管理系统、质量提报平台和全国 12315 平台，与消费者高效沟通，增强客户对公司的信任度和满意度。消费者也可以通过我们的网站、社交媒体平台以及消费者特定的电话线路和电子邮件账户参与沟通和反馈。通过这些沟通渠道，我们的团队监控直接的产品反馈，与消费者互动以解决问题或疑虑，维护数据库以跟踪趋势并向业务部门负责人提供绩效报告。

## 负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国食品安全法实施条例》《预包装食品标签通则》《预包装食品营养标签通则》《食品标识管理规定》等国家法律法规，遵循内部《包装版面审核流程》等内部管理规范，多部门协作共同对产品进行卷标合规性、营销合规性的控制与审查，确保与客户和消费者共享的信息真实、准确、无误导性，并且食品声明符合相关的标签法规。为了不断改进我们的流程，我们与众多行业协会保持联系，从消费者、客户和供应链的角度随时了解最新问题和机遇，精准优化产品详情内容，确保信息的准确性和透明度，保证线上展示的产品详情页与实际商品高度一致，避免虚假宣传。除非特别豁免，公司所有的产品标签和 / 或包装都包括产品名称、处理声明、图例、企业编号、净重、成分声明、签名行和（如果需要）营养成分面板。此外，预制菜产品中还包含经过验证的烹饪说明。

报告期内，公司针对产品包装版面所列的品名、配料表、营养成分、生产商、销售商等信息开展企划、研发、品控三方审核，共审核版面超 1,500 份，审核覆盖率 100%，未发现标签合规性问题。此外，公司聘请第三方检测机构对线上销售及商超销售产品进行包装版面独立审核，亦未发现标签合规性问题。

在提升营销及活动推广效果的同时，我们也严格遵守相关法律法规，绝不直接针对儿童进行产品销售或开展营销活动。我们致力于打造真实有效的促销活动，以此来增强顾客对我们品牌的信任感。

为提高员工的基础法律意识，公司每年定期对生产、品控、研发、营销、采购、储运、人资等部门进行产品卷标及广告宣传等基础法律知识的培训，增强负责任营销意识。报告期内，公司举办 2 场产品卷标及广告宣传普法培训，相关部门人员共 95 人参加了培训。



报告期内

公司举办产品卷标及广告宣传普法培训

2 场

参加培训共

95 人

# 价值链协同

公司响应乡村振兴、共同富裕的国家发展战略，通过互惠互利的合作方式与业务价值链分享发展机会，促进可持续经济增长。

数智化治理

25

供应链协同

28





## 数智化治理

数智化是公司降本增效的核心驱动力，通过 AI 优化饲料配方、提升订单处理效率、升级智能仓储运营等多方面举措，有效实现成本节约与运营效率提升，为公司盈利增长提供重要支撑，更是落地“大食品”战略的关键动力。在影响层面，公司数智化实践斩获行业重要奖项，成为食品行业数智化转型标杆，同步开展数智化培训提升员工专业技能，AI 技术在养殖、生产环节的应用还能减少人工操作误差，推动行业整体数智化升级，高度契合数字经济发展战略。

指标	目标	报告期进展
数智化投入占营收比重	8%	10%
数智化相关奖项获取数量	-	2

### 治理

董事会统筹数智化战略制定与预算审批，管理层设立数智化管理委员会，牵头推进全链路数智化项目；IT 部门负责系统开发与运维，养殖、生产、供应链等部门配合系统落地与应用；成立数智化培训小组，负责员工技能提升。

公司制定数智化转型三年规划，明确各阶段目标与责任部门；建立数智化项目考核体系，将系统应用率、效率提升幅度纳入相关部门考核；每季度汇报数智化进展，审计委员会审查预算执行情况；建立员工数智化技能认证体系，持证上岗。

## 战略

公司通过技术趋势跟踪、同业调研与内部评估，系统识别数智化相关的核心风险与机遇，其中风险涵盖数智化系统兼容性不足、核心技术人才短缺、数据安全风险等方面，机遇则包括数智化政策支持、行业数智化转型需求、效率提升带来的成本优势等内容。

公司围绕数智化发展明确了分阶段推进目标，短期推动核心业务 AI 应用场景广泛覆盖，实现数智化培训对相关员工的全面覆盖；中期搭建全产业链数字化管理平台，打通养殖、生产、供应链、营销各环节的数据协同；长期则着力构建“AI + 食品全产业链”生态，以数智化驱动企业业务创新发展。

从财务层面来看，短期虽有相应的数智化投入，但通过成本节约可实现投入产出的平衡；中期数字化管理平台的落地能有效提升企业综合运营效率，推动净利润稳步增长；长期数智化生态的构建还能助力企业拓展增值服务，为公司开辟新的营收增长点。

## 影响、风险和机遇管理

公司深化现有数智化系统应用，拓展 AI 在营销精准推送、风险预测等场景的落地范围，推进智能仓储、智能养殖设备的升级优化，与科技企业合作研发专属数智化工具，同时建立数智化人才储备体系，坚持人才引进与内部培养并重。

### AI赋能与数智化融合

公司以“AI+ 数智化升级与转型”项目为核心，将 AI 技术深度融入全产业链，构建覆盖多环节的智能化体系。报告期内，公司数字化项目被烟台市工业和信息化局认定为“数字化应用标杆企业”，并荣获“IDC 未来企业大奖 - 卓越奖”权威认可。



春雪食品集团荣获“IDC 未来企业大奖 - 卓越奖”



春雪食品集团总裁郑钧先生在峰会现场发表了主题演讲，分享了春雪食品全产业链智能化升级的路径。

饲料生产

AI 整合肉鸡生长特性、原料营养成分及价格波动等多源数据，通过机器学习算法实时调整不同生长阶段的饲料配方，在幼雏期提高优质蛋白与维生素比例，育肥期优化能量饲料含量，助力提升饲料利用率，让肉鸡出栏体重更均匀。

肉鸡养殖

公司构建“智鲜云”数智平台贯穿养殖全流程，部署物联网传感器，AI 实时分析温湿度、空气质量等环境数据，异常时自动报警并调节设备；通过图像识别监测肉鸡行为与外观，及时预警健康问题，有效降低肉鸡疾病发生率，提升养殖成活率，减少肉鸡死亡情况。

屠宰加工

作为智慧工厂生产端核心组成，公司引进国际先进自动宰杀设备，集成自动掏膛、智能分割、智能速冻隧道等设施，自动化水平处于行业前列。AI 在此环节借助计算机视觉技术实现肉鸡部位精准切割，精度达毫米级，处理效率远超人工；同时实时监测温度、微生物等数据，精准控制保鲜条件，保障产品安全与新鲜度。依托搭建的用友 BIP 平台、MES 智能制造管理系统，打通生产各环节数据壁垒，实现从原料加工到成品产出的全流程数字化管控，提升综合生产效率，降低吨产品能耗。

调理品研发

AI 分析海量消费者偏好、销售数据及社交媒体讨论，捕捉辣味、低脂等流行趋势，快速模拟潜在配方，缩短新品研发周期，增加年度新品数量。

仓储物流

公司分两期建成冷链智能仓储系统，配备低温型堆垛机、四向车等核心设备，可在低温环境下实现全流程无人化作业。依托 WMS 仓储管理系统与 WCS 监控调度系统，提升出入库处理能力，既提高空间利用率，又通过“先进先出”规则保障食品新鲜度，同时智能仓储体系与渠道网格化数字营销模型结合，推动运营精益化升级。

业财一体化

AI 打通全链路数据流，智能优化采购、生产与营销，缩短订单交付周期，提升客户满意度；同时借助 CRM 系统实现多部门协同，业财一体化系统压缩订单处理时效，提高库存周转率与营销人均效能，大幅降本增效。

## 供应链协同

供应链稳定是公司生产连续性的核心保障。2025 年公司合作养殖户 200 户，户均年创收 90.70 万元，保障 1,430 万羽肉鸡存栏量，满足 13.6 万吨调理品产能需求；国产化供应链较进口成本降低 10%—15%，提升毛利率 1—2 个百分点。

影响层面，公司带动 2,000 余名农民就业，养殖户扶持金额 409 万元，助力烟台乡村振兴。供应商《廉洁承诺书》签署率 100%，减少行业利益输送，维护供应链公平公正。



指标	目标	报告期进展
供应商年度审核率	100%	100%
养殖户扶持金额	400 万元	409 万元
供应链带动就业人数	> 2,000	> 2,000
供应商廉洁违规率	0%	0%

### 治理

公司设立供应链管理工作组，由采购副总牵头，成员涵盖采购、研发、质量、生产、财务部门。采购部门负责供应商筛选与合作管理，质量部门开展供应商审核，生产部门反馈原料需求，研发部门优化原料标准，财务部门管控采购成本。

公司建立完善的供应商评价体系，每年开展专项审核；与核心供应商签订长期合作协议，明确质量标准、交付周期与应急保障条款；设立养殖户扶持专项基金，提供补贴、借款与技术指导；建立供应链风险预警机制，定期开展风险评估。

## ● 战略

公司通过供应商调研、政策跟踪与市场分析，系统识别出核心风险与机遇，其中风险涵盖核心原料价格波动、供应商环保及合规不达标、养殖户退出引发的原料短缺等方面，机遇则包括乡村振兴政策补贴支持、供应链数字化转型带来的发展红利等内容。

公司围绕供应链建设制定了分阶段发展目标，短期持续保持核心供应商专项审核全覆盖；中期重点培育食品原料战略供应商，构建区域化供应链网络，推动水产原料供应商实现国际食品合规认证全覆盖；长期搭建食品供应链数字化管理平台，打通雏鸡养殖、原料采购、生产加工、冷链物流上下游数据协同，打造适配禽肉加工行业的绿色一体化供应链体系。

从财务层面来看，短期虽在供应商审核方面产生相应成本投入，但核心原料供应链稳定性的提升，能有效减少原料断供引发的生产停滞、原料损耗等损失，实现企业整体收益增长；中期战略供应商的培育，可通过规模化集采、产地直采进一步降低核心原料采购成本，推动企业毛利率稳步提升；长期食品原料供应链数字化管理的落地，能够优化核心原料采购效率、减少原料库存积压与损耗成本，提升库存周转率，全面增强公司供应链的整体盈利能力与抗风险能力。

## ● 影响、风险和机遇管理

公司依托玉米、饲料主产地特性、雏鸡养殖布局优化供应商地域分布，实现核心原料产地直采、就近供应，降低原料运输损耗与物流成本；针对雏鸡养殖核心环节，加强对合作养殖户的技术培训与资金扶持，提升雏鸡养殖标准化、规范化水平，从源头把控雏鸡品质；强化供应链全链路原料溯源能力，保障玉米、饲料等核心原料安全可追溯；搭建食品原料供应链数字化系统，实现玉米、饲料、雏鸡及原辅料的订单、库存、冷链物流实时监控与动态调度，提升供应链整体响应效率。

### 供应商管理

公司制定了《供应商准入标准》《养殖中心资材部采购管理办法》《原料肉供应商管理方案及质量安全标准》《合作商社会责任管理程序》，由计划采购部、品管科、品控部负责依据社会责任标准制订公司合作商的评定计划及实施评估。

#### ▶ 供应商准入

公司参照《供应商准入标准》等管理制度，从供应商资质认证、生产能力、货物来源等维度出发，有序开展供应商准入管理。我们要求所有潜在供应商符合公司供应商评审相关要求，完整提供有关检测报告和国内外权威机构出具的相关品质、卫生、进口认证。我们亦优先选用自养及规模化和大宗原料供应商，以及管理优良、有社会担当的供应商。

#### ▶ 供应商日常管理

公司持续完善《采购中心食品安全风险管控制度》，对存在潜在食品安全风险因素的供应商实施“日管控、周排查、月调度”管理。我们根据供应物资与食品接触的风险性、供应物资年累计采购量、采购金额及其对公司成本的影响度的维度出发，开展供应商分级管理，依据分级结果采取相应的激励及处罚措施，持续提升供应商的综合能力。

#### ▶ 供应商考核及评估

公司持续开展高风险供应商的识别、评估、检查和清退工作。我们定期开展供应商飞行检查和日常审核，以合理把控供应链风险。根据评审小组综合评价、评分情况，将供应商分为“优秀（长期合作）、合格（持续合作）、需改进（合作预警）、不合格（责令限期整改）”四个等级，依据等级管理要求，确定对供应商进一步的审核要求和合作方式。被判定不合格的供应商，需要依据《供应商整改问题函》进行限期整改，并实行整改全过程的持续监督，以保证供应商整改的有效性。

报告期内，公司持续对原料、辅料及包装材料供应商进行飞行检查，审核率达 100%，确保源头安全可控。



#### 报告期内

公司持续对原料、辅料及包装材料供应商进行飞行检查，审核率达

**100%**

### 养殖户合作

公司采取公司+农户模式，与 200 个肉鸡标准化养殖场建立合作关系，辐射烟台、威海、青岛 7 个县市，年委托养殖回收数量 8,377 万羽，解决 2,000 多名农民就业，年创收 1.81 亿元，同时大力拉动了区域种植业、物流运输业的发展。



养殖户培训

## 提供政策支持

为鼓励养殖户采用业内通用的立体养殖方式，公司推出立体养殖改造扶持政策，为养殖户改造鸡舍提供资金支持，鼓励养殖户与公司长期合作。2018年以来，公司通过建厂借款、协助融资与无偿给予补贴等形式，共计向256个资金困难的养殖户提供肉鸡鸡舍改造、养殖专项扶持。

截至报告期末，公司委托养殖户共计200户，报告期内共计支出委托养殖费1.81亿元，户均90.70万元；存栏规模达到1,430万羽，户均存栏规模为7.15万羽，年出栏规模逾9,295万羽，户均出栏规模为46.5万羽。

项目	2023年	2024年	2025年
年度实际出栏量（万羽）	7,600	8,104	8,377
年末存栏规模（万羽）	1,300	1,364	1,460
年末实际总存栏量（万羽）	641	717	1,092
年末委托养殖户数量（户）	217	212	200
年度户均出栏量（万羽）	35	38	46.5
年末实际户均存栏量（万羽）	7.12	8.15	6.80

自然灾害会对家禽养殖带来沉重的影响，为了确保养殖户的投入获得更多的保障，报告期内，公司与中国人寿财产保险公司商定鸡舍保险方案，以抵御因暴雨、台风、火灾、崩塌、泥石流等自然灾害带来的损失；另一方面，公司积极响应国家金融政策，继续下调了养殖户借款利率，降低养殖户的运营成本。公司在统一技术指导（建场选址、建设标准、高效养殖技术等）、保险投保共担机制（联合投保、保费分摊）、受灾帮扶、灾后重建等方面提供系统性支持，将委托养殖模式从“风险共担”升级为“风险共防”，提高抵抗自然风险的能力或尽可能减少自然灾害损失。

## 赋能科学养殖

为提高养殖效益，确保养殖户的积极性，公司每季度聘请专家进行培训，对饲养效果差的养殖户进行硬件、软件评估，对硬件部分进行改造达到饲养条件，对技术差的进行驻点指导。业务主管每周到分管养殖场进行技术指导。此外，公司根据欧盟 Global Smart Livestock Practices 认证要求，对有意向获得认证的养殖户提出硬件改造和软件升级的整改建议，帮助他们达到相关认证要求。报告期内，公司协助6家养殖户获得欧盟 GSLR 认证，36家养殖户完成海关欧盟出口备案。

### 报告期内，公司协助

6家

养殖户获得欧盟 GSLR 认证

36家

养殖户完成海关欧盟出口备案



## 可持续供应链

公司重视合作商的社会责任表现，在《合作商社会责任管理程序》中明确对合作商的社会责任要求，优先选择通过 BSCI 审核或其他社会责任审核的单位；现有的主要合作商需每年最少进行一次社会责任的审查，并鼓励其实行社会责任管理体系，针对化学危险品合作商需提供经营资格证明，确保凡涉及安全与健康的产品均获得产品合格证。

公司制定了《合作商社会责任管理程序》，并将政策以培训宣贯或合同条款等方式传递给供应商，同时采用数字化在线平台对供应商全生命周期进行系统化管理，在供应商生命周期的关键节点进行有效管控，提升对供应商的环境和社会表现关注度，并对供应商进行年度综合能力评估，对优秀供应商、合格供应商、需改进供应商及不合格供应商采取激励或惩罚机制，对管理过程中发现的不足进行帮扶和培训，鼓励和引导供应商共建可持续供应链体系。

公司坚持通过相互拜访、电话、书面函件、视频会议等方式为供应商提供培训、指导和帮扶。同时，我们持续开展本地化采购政策，优先选择厂区所在地优质供应商，提升供应链响应速度，助推当地产业发展。报告期内，公司向当地供应商采购的支出比例为90%。公司应付账款（含应付票据）余额为2.61亿元，远未超过300亿元，占总资产的比重约11.88%，未超过50%，且公司按照合约条款支付合同费用，不存在无故拖欠中小企业应付账款的情况。



报告期内

公司向当地供应商采购的支出比例为

90%

供应商分类	2023年	2024年	2025年
玉米	7	26	26
饲料	2	2	1
雏鸡	24	23	28
原辅料	57	205	237
总数	90	256	292
其中，山东省供应商			
玉米	6	18	18
饲料	2	2	1
雏鸡	24	21	27
原辅料	42	147	155
总数	74	192	201

注：自2024年起，原辅料供应商统计范围扩充。

# 环境管理

公司秉持与地球生态共生共荣的理念，积极应用创新的绿色技术，通过气候与能源、水管理、资源循环及空气污染防治，全方位践行可持续发展的运营模式，致力成为标杆绿色企业。

污染防治 35

资源利用 40



# 污染防治

环保合规是公司生产运营与出口业务开展的重要前提，新增生产线及水产加工业务的废水、废气均实现合规处理，有效规避环保处罚风险，更是保障了欧洲市场出口资质，为海外业务发展筑牢基础，且公司环保投入占比低于行业均值，形成显著的成本控制优势。

在环境影响层面，公司废水、颗粒物排放指标均优于国家标准，有效减少对当地水资源与大气的污染，臭气收集处理工作切实改善了周边社区居住环境，凭借优异的环保表现获评绿色工厂称号，充分践行食品企业的环保社会责任，高度契合“双碳”战略与地方环保政策要求。

公司聚焦白羽鸡养殖加工，采用现代化农场养殖、生物肥料资源化利用等绿色模式，其业务开展未对生态系统造成破坏，也未影响生物多样性保护。报告期内，公司环保投入 462 万元，排放污染物均达到国家和所在地相应排放标准，全公司无环境责任事故及重大违规违纪事件。

**报告期内**

公司环保投入 <b>462</b> 万元	排放污染物 <b>均达到</b> 国家和所在地相应排放标准	全公司 <b>无</b> 环境责任事故及重大违规违纪事件
-------------------------	----------------------------------	---------------------------------

指标	目标	报告期进展
<b>主要大气污染物排放浓度</b> 颗粒物 二氧化硫 SO <sub>2</sub> 氮氧化物 NO <sub>x</sub>	优于国家标准	颗粒物 53.1 千克 二氧化硫 SO <sub>2</sub> 26.3 千克 氮氧化物 NO <sub>x</sub> 88.6 千克
<b>废水排放浓度</b> 化学需氧量 COD 氨氮 NH <sub>3</sub> -N 总氮 (以 N 计) 总磷 (以 P 计)	优于国家标准	化学需氧量 COD 70.6 吨 氨氮 NH <sub>3</sub> -N 8.6 吨 总氮 (以 N 计) 67.2 吨 总磷 (以 P 计) 2.7 吨

## ● 治理

公司设有安全及环境管理中心，由公司副总裁、安全总监、安全管理中心科长、各生产中心安全主管、员工代表组成，每月召开一次会议，以了解企业面临的关键环境议题的最新进展。安全管理中心科长负责日常统筹管理工作，组织各生产中心的安环主管对整个公司的安环工作进行评估、优先排序和管理，监督公司业务的环境合规状况，并定期向安全总监汇报工作。

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《建设项目环境保护管理条例》等有关环境保护法律法规、规章制度和技术规范，制定了《环境管理手册》《环境目标、指标管理程序》《节能降耗控制程序》《水污染防治程序》《大气污染防治控制程序》《固体废物防治控制程序》和《废油污染防治控制程序》等内部管理制度。

公司不断修订和优化《环境因素识别评价程序》《突发环境事件应急预案》，对环境因素识别评价程序、水污染防治控制程序、大气污染防治控制程序、固体废弃物污染防治控制程序、应急准备和响应控制程序等环境管理各个方面均有全面的内控制度；并定期组织开展预案的培训及演练，切实提高企业应对突发环境事件的应急响应能力。

公司立足环境管理制度，参考 ISO14001 环境管理模式（PDCA）对公司的环境管理体系进行年度升级。公司围绕生产工艺流程更新各工厂的重大环境因素清单，根据清单迭代环境风险管控措施与应急方案，不断提升公司整体环境管理的科学性与系统性。报告期内，公司各生产中心均已通过了 ISO14001 环境管理体系认证。

**报告期内**

公司各生产中心均已通过了

**ISO14001** 环境管理体系认证

## ● 战略

公司围绕环境治理全流程开展风险识别与机遇把握，持续跟进环保政策走向，借助第三方检测、收集社区反馈等方式，精准梳理环保合规层面的核心风险与发展机遇。面对风险层面，公司重点防控环保政策加码带来的排放限值收紧、环保设备故障引发的排放超标、新增业务污染治理配套不足等问题；面对机遇层面，积极把握绿色工厂政策补贴、环保技术升级降低治理成本、环保合规提升品牌美誉度等发展窗口。

公司锚定环保治理目标分阶段推进，短期实现水产加工废水全处理、提升臭气收集效率，中期完成全产线环保设备升级并进一步优化排放指标，长期构建“零污染”生产体系，致力成为食品行业环保标杆。

财务层面，短期环保设备投入虽有增加，但运营成本控制在合理区间；中期排放达标可有效规避处罚风险、节约潜在损失；长期“零污染”体系的打造将助力提升 ESG 评级、降低融资成本并争取政策补贴，实现环境效益与财务效益双赢。

## ● 影响、风险和机遇管理

公司安排专人专职跟进环保政策动态，提前做好技术升级与资金储备的统筹规划；建立环保设备备用运行机制，常态化开展设备检修维护，杜绝故障停运风险；针对新增业务量身定制专项污染治理方案，配套专属治理设备；深化与环保技术企业的合作，持续优化治理流程、降低运行成本。

### 大气污染物管理

公司的大气污染物包括颗粒物、二氧化硫、氮氧化物和臭气，其中前三类大气污染物源于调理品工厂的 1.2 兆瓦、1.5 兆瓦、1.8 兆瓦导热油锅炉，臭气则源自屠宰工厂的屠宰过程及污水处理厂的污水处理过程。公司制定了《大气污染防治控制程序》《锅炉管理程序》《污水处理设备管理程序》等文件，定期委托第三方检测单位进行烟道检测，并在屠宰工厂和污水处理厂配置喷淋塔臭气除臭设备，落实大气污染物的有效管控及消减。

公司严格遵循企业制定的《臭气评估操作指南》，臭气处理设施 100% 正常运行，已运营场区成立闻臭小组，根据地形地貌、规模大小、风力风向、气候条件、敏感点距离、政府社会要求等因素，综合评估除臭需求，做到一场一案，通过采取源头减排、升级除臭系统、增加有组织除臭设施、处理全过程密闭等措施，有效控制臭气影响。

报告期内，公司的大气污染物排放指标符合相关监管要求及标准，并无违规排放。

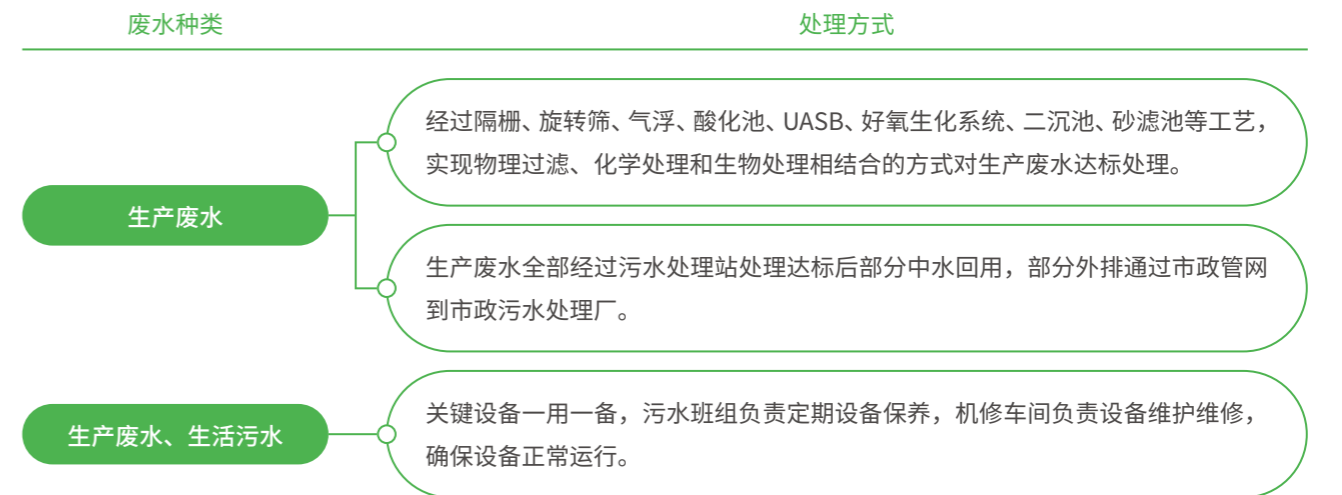
单位：千克

废气类型	2023 年	2024 年	2025 年
SO <sub>2</sub> (二氧化硫)	17.0	19.0	26.3
NO <sub>x</sub> (氮氧化物)	70.0	76.0	88.6
PM <sub>10</sub> (颗粒物)	41.0	45.0	53.1

注：公司根据锅炉配置的尾气处理设备设定了大气污染物排放量折算系数，重新测算 2023 年至 2024 年公司消耗天然气所产生的大气污染物。

### 废水管理

公司建设配套污水处理站，并制定了《水污染防治程序》《污水处理设备管理程序》，在车间的排水口安装过滤网，从源头减少污染物的流入；对废水中的化学需氧量、氨氮、总氮、总磷等污染物进行集中处理，通过在线监测系统，委托第三方监测等方式监控污水处理站运行状况，确保排放符合国家和地方污水污染物排放标准。报告期内，公司的污水排放指标符合相关监管要求及标准，并无违规排放。



单位：吨

类别	2023 年	2024 年	2025 年
生产废水	1,360,000	1,270,000	1,400,000
化学需氧量 COD	77.1	29.9	70.6
氨氮 NH <sub>3</sub> -N	6.90	8.2	8.64
总氮 (以 N 计)	54.4	34	67.2
总磷 (以 P 计)	4.59	2.9	2.7

## 废弃物管理

公司的有害废弃物来自实验室使用的有机溶剂，公司制定了《化学品管理程序》《有毒有害固体废物处置指导书》，设立有害废弃物收集、储存专用仓库，对厂内有害废弃物实施集中化管理，并在当地环保局办理危废处置联单之后，委托有资质的第三方公司对需转移的危险废物进行运输和处置。

公司的无害废弃物来自生产过程中的废弃物及污水处理厂在处理污水过程中产生的污泥。针对生产过程中产生的无害废弃物，公司制定了《固体废物防治控制程序》《废油污染防治控制程序》《生产车间废弃物处置指导书》，建立了固体废物贮存场所并设有固体废物管理台账，由专职员工记录固体废物产生的种类、数量、流向等相关信息，均交由具有资质的第三方公司回收处置，确保产生的固体废物合规处置。

针对污水处理厂产生的污泥，公司持续探索减少污泥的有效方法。公司通过降低气浮机水面刮泥板的频率，增加水面上泥的厚度，降低污泥的含水量，再通过污泥脱水机将污泥脱水成干泥，有效减轻了污泥重量，更便于处置。自2025年8月起，公司开始运行沼气站，部分污泥自用生产沼气，减少污泥处理费用约60万元。

报告期内，公司的废弃物均按照相关监管要求及时转移至专业第三方服务机构，并无违规排放。

废弃物种类	2023年	2024年	2025年
转移的有害废弃物：有机溶剂（吨）	7	7	6.26
转移的无害废弃物：污泥（吨）	5,298	5,050	12,000

注：报告期内，公司属下莱阳市春雪生物科技有限公司由于有机肥料产量下降而减少了污泥需求量，因此公司的污泥转移量较往年高。



## 资源利用

资源高效利用是成本控制的核心抓手，依托数字化技术与绿色管理手段，实现水资源循环利用及能耗下降，有效节约生产经营成本，同步降低单位产值碳排放，规避相关合规成本与贸易风险。

公司积极响应国家“双碳”目标，多措并举管控碳排放总量，以循环利用水资源助力区域水环境改善；以能耗管控举措推动行业资源高效利用模式迭代，为食品行业绿色转型提供可复制的实践路径。

指标	目标	报告期进展
单位营收碳排放同比降幅	10%	24.10%
可再生能源占比	占比逐年提升	2.05%

## 治理

公司设立资源管理小组，由生产副总与环保负责人共同牵头，成员涵盖生产、环保、设备部门。生产部门负责能源与水资源高效利用，环保部门负责中水回用与碳排放统计，设备部门负责节能设备运维。

公司建立能源、水资源消耗统计体系，每月分析利用效率，提出优化方案；将中水回用率、单位产值能耗纳入相关部门考核；定期开展资源利用效率对标，学习行业先进经验。

## 战略

公司依托“双碳”政策导向，通过政策跟踪、技术调研、数据分析及供应商对接等方式，系统识别绿色低碳发展领域的核心风险与机遇。风险层面，需重点应对节能技术迭代滞后及碳交易规则调整等挑战；机遇层面，可把握“双碳”政策红利、资源循环利用技术升级、碳交易市场扩容及可再生能源应用降本增效等方向，全面覆盖可再生能源应用与碳排放管理相关议题。

结合“双碳”目标与绿色发展战略，公司分阶段推进资源高效利用与能源结构转型。短期聚焦基础布局，通过扩大中水回用、布局分布式光伏等举措，夯实绿色发展基础；中期扩大可再生能源应用、深化节能改造，稳步降低单位产值能耗；长期构建全链条资源循环利用体系，优化能源结构，深化碳管理，实现可持续发展。

财务层面，短期通过资源优化措施实现成本节约；中期逐步提升可再生能源占比，减少碳税支出与电费成本，助力毛利率有所提升；长期构建资源循环体系，降低对外部资源的依赖，持续实现成本节约，同时借助ESG评级提升带来的融资成本下降，进一步放大财务效益。

## ● 影响、风险和机遇管理

公司挖掘可再生能源落地场景，构建多元可再生能源供应体系以保障稳定供应；通过规模化采购与配方优化，平抑饲料原料价格波动；持续跟踪节能技术迭代趋势，适时引进先进技术与设备；积极争取“双碳”政策补贴，夯实绿色发展管理基础。

### 能源利用

公司制定了《节能降耗控制程序》，由财务部根据公司管理的总体要求，组织各部门制定年度生产经营目标，经各部门确认后，经总经理批准，按公司文件发行。相关部门根据公司年度生产经营目标的要求，将公司目标进一步分解，制定本部门各职能层次的生产经营目标（指标）、控制措施及考核办法。每月末，设备科和财务部统计汇总分析各部门的电、水、气实际消耗量，及时提醒超出计划的部门，要求其采取措施，确保年度目标的完成。

报告期内，公司通过沼气替代天然气及高耗能设备优化升级，共实现约 919.5 吨的二氧化碳减排量。

节能减排途径	节约能源类型	报告期估算节省量	吨二氧化碳减排量
可再生能源	天然气	324,575 立方米	691.3
高耗能设备优化升级	市政供电	43 万度	228.2

### ▶ 可再生能源

报告期内，公司建成沼气站并投入运行，该设施以公司生产产生的污泥为原料开展资源化处理，通过专业工艺提炼沼气。目前沼气站日产气量达 5,000 方，年可替代天然气约 105 万方。沼气站的运营既实现了生产污泥的无害化、资源化处置，有效规避污泥外排带来的环境风险，又以清洁能源沼气替代化石能源天然气，减少传统能源消耗与碳排放，践行绿色低碳发展理念。

2026 年，公司计划在 2 个加工厂、2 个调理品工厂、太元工厂、饲料厂推进光伏铺设项目，合计直流侧安装功率达 7,666.39KW，总铺设面积 31,568 平方米，结合当地光照条件测算，预计年总发电量可达约 920 万度，减排量可达 4,881.5 吨二氧化碳。

### ▶ 高耗能设备优化升级

公司的高耗能设备主要是各工厂的屋顶清洗站热水系统及预冷池罗茨风机。针对屋顶清洗站热水系统，公司通过制冷系统冷却蒸发器热水回收，利用余热对水进行加热，减少蒸汽的使用；对于预冷池罗茨风机，采用空气悬浮风机替代，预计每台设备将节能 40%。公司现有 4 台预冷池罗茨风机，按照每台 37 千瓦功率，每天运转 20 小时计算，预计可实现每年节电 43 万度。

### ▶ 日常管理

设备科针对高耗能设备制定了《节约用水用电用煤规定》，对油炸机导热油管道滤网、排气滤网、加热管进行定期的检查和清理，对定时器、传感器类设备进行定期维护检查，确保设备在到时、到位、到点能够及时、准确地暂停设备运行，不浪费设备资源，确保设备的节能降耗和低成本运行。

公司开展设备管理 TnPM 活动，以生产、办公场所 6s 为基础，完善、优化设备管理制度；使用可视化手册和信号看板等手段，对设备标准和要求做出简单易懂的可视化打造，完善设备标准和要求；以设备为中心，以设备弱点部位为重点，对设备的易损件、易故障部位、频繁损坏元件进行改进、完善和升级，降低设备故障率，降低维修费用，保障生产的正常运行。

### ▶ 意识宣导

公司安环部组织全体员工学习有关节能降耗的政策、法律法规和有关文件，在办公室张贴能源降耗指示标识，提升员工节约资源的意识；推行节能环保原则，鼓励合理设置办公室、会议室的空调温度，提倡办公室长时间无人时需要关闭相应电源。

资源种类		2023 年	2024 年	2025 年	
直接能源	天然气（百万标准立方米）	2.06	2.23	2.12	
	沼气（立方米）	/	/	554,830	
间接能源	蒸气（吨）	74,463	72,687	54,128	
	电（兆瓦时）	78,114	88,104	91,888	
综合能耗 (吨标准煤)	直接能源	天然气	2,501.50	2,708.90	2,574.30
		沼气	/	/	396.10
	间接能源	蒸汽	7,021.90	6,854.40	5,104.30
		电	9,600.20	10,828.00	11,293.00
总量	19,123.60	20,391.30	19,367.70		
百万元营收综合能耗	6.84	8.11	7.37		
可再生能源占比		/	/	2.05%	
温室气体 (吨二氧化碳当量)	范围一（直接能源）	3,960.41	4,287.24	4,660.20	
	范围二（间接能源）	78,721.15	83,784.76	65,207.20	
	范围三（粪污管理）	2,209.50	2,349.38	2,440.62	
	总量（范围一 + 范围二）	82,681.56	88,072.00	69,867.40	
	百万元营收排放（范围一 + 范围二）	29.57	35.03	26.59	

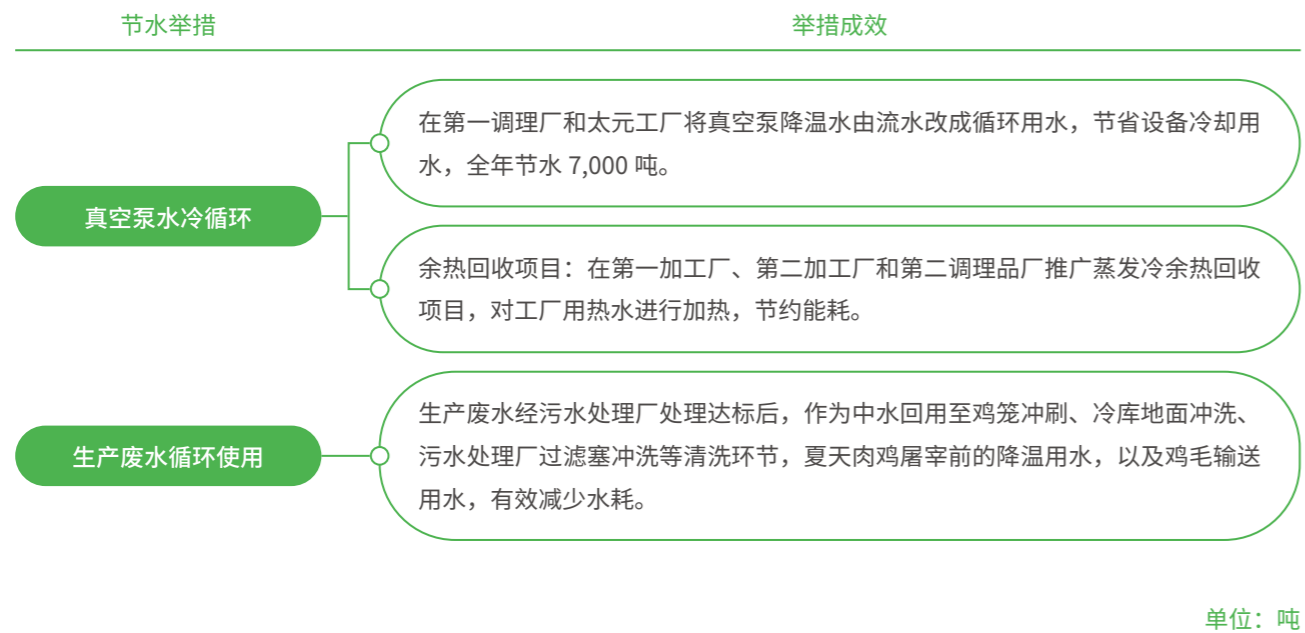
注：公司修正了 2023—2024 年的鸡粪处置量，重新测算 2022 年至 2024 年粪便管理所产生的范围三温室气体排放。

## 水资源利用

公司的水资源类型为市政供水。在日常运营中，公司冷库的制冷蒸发器、调理品工厂的产品冷却工序及各生产区域的清洗消毒消耗了约 90% 的生产用水。公司针对所有相关业务，加强水资源目标管理、用水过程管控、创新设备应用、节水意识宣贯等，系统提升公司水资源管理效能。

公司将各生产中心的反冲洗、反渗透等水处理系统进行组网，实现了水资源的信息化管理，随时监控各工厂用水量、水质等情况，防范用水风险。同时，我们定期排查各工厂的取水证件有效期、收集水资源价格变化等信息，及时发现风险隐患。

我们持续在所有生产中心开展节水技术和项目的推广，完成多项典型水资源节约创新项目，涵盖技术改造、设备更换和循环使用等多方面，有效节约自来水用量。



水资源利用	说明	2023 年	2024 年	2025 年
取水量	自来水	1,668,392	1,414,741	1,160,657
排水量	生产废水	1,360,000	1,270,000	1,400,000
耗水量	取水 - 排水	308,392	144,741	0
百万元营收耗水量		110.29	57.57	0

## 资源回用

公司严格控制生产过程，在保证产品质量的同时，降低生产过程中所产生的废弃物，避免食品在加工过程中的浪费。同时，我们也通过与其他伙伴合作，就一些食品行业的副产品回收利用。

## 减少食物浪费

公司积极探索减少食物浪费的创新路径，覆盖饲料采购、食品生产与加工、产品运输和产品处置等各运营环节，持续落实减少食物损耗及浪费的举措。为减少生产过程中的浪费，我们制定相应的控制指标和考核方案，全年初加工的出成率为 92.89%，达成既定指标 92.8%。

### 全流程减少食物损耗及浪费举措



## 粪污管理

公司亦注重养殖过程中的排放物产生的环境影响，开展优化饲料肉料比、饲料添加剂的相关研究，减少饲料消耗，从源头减少粪污产生，力求实现粪污减量化的目标。对于养殖过程中肉鸡排泄的鸡粪，公司制定了《“规模化养鸡场粪污资源化利用设施建设”的指导意见》，引导养殖户增强鸡粪资源化利用；并与部分养殖户签署了回收协议，通过公司自建的肥料生产中心，将鸡粪进行发酵加工，制成有机肥料。

粪污管理	2023 年	2024 年	2025 年
转化有机肥（万吨）	0.43	0.58	0.30
无害化处理肥田（万吨）	3.08	3.25	3.44

# 稳健经营

春雪食品持续完善公司治理架构和治理制度，确保董事会和下设的专门委员会依法履行职责，保证信息披露的真实性、准确性和完整性，切实保护投资者权益。同时，公司成立了“遵守商业道德”小组，依照相关制度积极推进反腐倡廉工作，推动公司健康发展。

合规管理	47
公司治理	52
党建实践	56



## 合规管理

合规经营是公司推进全球化布局的核心根基，凭借欧盟 GSLR、HALAL 等权威认证，公司顺利打通欧洲市场准入通道，实现调理品出口稳步增长，同时斩获东南亚市场准入资质，拓展海外业务版图。若出现合规疏漏，将面临海外市场禁入风险，直接造成订单损失，冲击营收增长。

在社会与行业影响层面，公司通过 SEDEX 体系认证，严格契合国际劳工标准与环保要求，有效提升中国禽肉企业的国际形象；全力配合烟台海关推进外贸稳增长工作，实现出口备案全覆盖，更以自身国际化合规实践推动白羽鸡行业标准升级，为同业企业出海拓展提供宝贵借鉴。

指标	目标	报告期进展
海外市场 ESG 合规审核通过率	100%	100%
海外营收占总营收比重	30%	28%
新增海外市场准入资质数量	1	1
国际合规认证覆盖度（目标市场）	100%	100%
海外业务劳工标准合规率（SEDEX 体系）	100%	100%

## 治理

董事会统筹全球化合规战略，管理层设立国际业务合规小组，成员涵盖国际业务、法务、质量、环保、人力资源部门。国际业务部门负责海外市场合规需求调研，法务部门审核合规条款，质量与环保部门保障产品与运营符合国际标准，财务部门管控合规成本，人力资源部门负责海外业务劳工标准合规落地。同步组建海外合规本土化团队，适配不同区域 ESG 规则。

公司建立海外市场合规动态跟踪体系，安排专人跟踪目标市场 ESG 法规更新；制定全球化合规手册，规范生产、采购、销售、用工全环节操作；每季度开展海外合规风险评估，并向董事会汇报进展；将国际合规达标率、劳工标准合规率纳入国际业务与人力资源部门考核；与当地合规机构合作，降低本土化合规成本。

## 战略

公司持续跟踪海外政策动态、借鉴行业内成熟经验、收集客户反馈信息，系统梳理海外业务推进中的核心风险与发展机遇。当前面临海外 ESG 相关法规持续迭代更新、地缘政治变化形成新的合规壁垒、海外本地化合规运营成本持续走高的挑战；同时也迎来新兴市场广阔的拓展空间、合规竞争优势带来的品牌价值提升、整合国际合规合作资源的全新机遇。

公司锚定海外合规发展目标，分阶段推进体系化建设。短期聚焦基础合规能力，确保海外市场 ESG 合规审核全额通过，获取多个海外市场准入资质，完成新兴市场布局；中期推动主要海外市场合规标准本土化适配，搭建专业合规团队，夯实本地化管理基础；长期构建覆盖全球的合规管理体系，实现海外业务合规风险零发生。

财务层面，前期合规资质办理与审计投入将带来显著订单增量，实现收益增长；中期合规本土化适配有效降低运营成本，提升海外业务盈利水平；长期合规体系建成将为海外业务持续扩张提供坚实保障，支撑海外营收占比稳步提升。

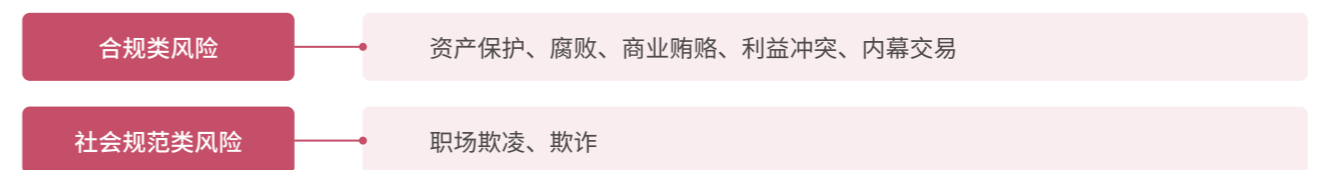
## 影响、风险和机遇管理

公司建立海外合规政策实时更新的预警体系，根据政策变化提前优化整体合规策略；持续优化海外市场的区域布局，通过多点布局分散地缘政治带来的不确定性；与当地专业合规机构建立深度合作，有效降低本地化运营的合规成本；依托合规管理优势，精准对接高端客户群体，持续提升品牌溢价能力。

## 遵守商业道德

公司制定了《遵守商业道德》《反舞弊制度》《关于廉政建设和工作作风的规定》《管理人员亲属工作回避及敏感岗位工作安排制度》，在公司内部树立廉洁高效工作作风，明确公司的商业行为均应建立在“公正交易”的基础之上，并进一步规范用人制度和岗位操作行为，防范各类利益输送事件的发生。同时，公司成立了“遵守商业道德”小组，由总经理任组长，由管理者代表和员工代表任组员，每季度根据《遵守商业道德》文件规定对各部门员工进行检查。

根据公司的《遵守商业道德》管理制度，我们主要关注以下合规类和道德类风险：



任何违反道德、合规或法律的行为都会对公司经营构成重大风险，这些风险可能体现为影响公司的经营能力，或导致罚款和 / 或名誉损害。

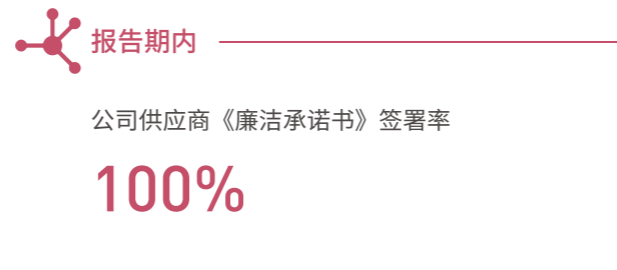
为了合理管控上述风险，公司“遵守商业道德”小组通过季度检查和专项检查的形式，评估各部门商业道德风险的管控有效性。在检查中发现的问题视情节轻重，按厂规或依有关法规处理，抑制不道德现象的发生。

## 宣传教育

公司高度重视合规管理与廉洁建设，多措并举筑牢合规防线。董事层面，定期参与监管机构举办的专题会议，持续跟进监管动态、深化廉洁从业认知，报告期内，4名董事均全程参与证监会山东监管局召开的监管工作会议，确保公司经营管理与监管要求同频同步。

员工沟通层面，公司搭建专属沟通渠道，设立微信公众号“春雪意见箱”并将其二维码公开上墙，方便员工及时反馈商业道德、日常管理等相关问题；内审部定期赴各工厂、部门开展专项检查，核验二维码张贴情况，保障反馈渠道全触达、无遗漏，切实畅通内部监督与意见表达路径。

供应链廉洁层面，公司与所有供应商签署《廉洁承诺书》，实现签署率100%；承诺书明确约定，若供应商存在弄虚作假、恶意竞标、恶意违约、违背诚信原则及承诺书条款，或因上述行为给公司造成经济、品牌、名誉等重大损失，经核实后将被直接列入合作黑名单，以刚性约束筑牢供应链廉洁底线。



## 动态检查

公司持续健全内控与合规管理体系，常态化开展监督检查与风险防控工作。每年组织开展企业内部控制自我评价，不定期实施内部稽核，同步从风险、控制及管理维度推进社会责任自我评估，报告期内，公司全年未发生重大违规事件，各项经营风险均得到有效管控。

各生产中心主动接受客户及第三方社会责任体系审核，报告期内，食品加工中心与肉品加工中心顺利通过SEDEX社会责任体系认证及头部跨国连锁快餐集团的专项审核，合规管理能力持续提升。

内部监督方面，公司搭建多元举报渠道，由审计部专人负责接收、记录与跟进，按月梳理反馈情况并直接向经营层汇报，保障内部监督闭环运行。外部协同层面，与所有供应商、客户签署《廉洁承诺书》，在合作合同中明确商业贿赂举报路径，构建相互管理、监督与约束的合作机制，报告期内累计接收78起内部反馈，经核实，发现3起基层管理失职事件，公司均及时响应，通过调整流程、监督考核、协调沟通等方式整改。

公司设立“遵守商业道德”专项小组，对各类举报开展调查，核实是否成立并依法依规实施惩处，处置方式包括终止雇佣关系或业务往来等。经专项小组核查，报告期内无需后续跟进的举报事件，商业合规环境持续清朗。

## 保护员工权益

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》，坚持合法用工，禁止雇用童工及强迫劳动，依法依规与所有员工签订劳动合同，未聘用劳务派遣工或兼职员工，不因性别、宗教、种族或政治倾向而有不公平对待。

## 民主沟通

公司始终坚持以人为本，持续完善职工权益保障与沟通机制，全力构建和谐劳动关系。报告期内，公司依法选举产生新一届职工代表，其中涵盖一线员工、中层及以上管理人员与女职工，代表结构均衡合理，并如期召开第四届第一次职工代表大会，完成职工董事选举，审议并通过多项重要管理制度与基金会章程修订，切实保障职工民主参与和民主管理权利。

为畅通职工诉求表达渠道，公司成立员工生活管理委员会，各分会小组定期组织职工座谈会，聚焦工作生活痛点精准对接需求；同时，工会联合人力资源部、法务部设立协商室与调解室，健全劳资协商沟通机制，确保员工合理诉求高效传递、及时响应。

在厂务公开方面，公司全面推进信息透明化，主动向职工公开生产经营重大决策、切身利益事项及制度修订内容，人事制度制定修订、职工董事选举、岗位竞聘等关键事项均全程公开，并通过职代会完成爱心基金会章程修订，充分保障职工知情权与参与权。

## 职业健康与安全

公司制定了《安全生产和职业卫生目标的管理制度》《安全生产奖惩管理制度》《安全教育培训管理制度》《设备设施安全管理制度》等一系列安全生产制度，将安全生产纳入公司经营目标管理和考核，通过各部门层层分解将考核落实到个人。

公司设立了安全管理中心，任命了安全总监，对整个公司的安全生产工作进行评估、优先排序和管理，监督我们业务环境的合规状况和活动，日常具体安环工作由安全及环保科长执行。每月，安全及环保科长会与各工厂的安全主管一同对相关工厂进行检查，并根据检查结果要求各工厂采取必要的整改措施，每季度联合工程部和设备部进行一次全面检查，以确保所有环节均符合安全标准。

为了加强沟通与协调，安全管理中心每月都会组织一次会议，邀请各工厂的安全主管参加，共同讨论当前存在的问题以及改进方案。如果收到来自监管部门的重要安全信息或指示，也会及时通过此平台传达给相关人员，确保信息畅通无阻，有效应对各种挑战。

## 安全风险管控

公司将健康与安全的风险管理细化至风险点及危险源，通过采用科学、合理方法对风险点包括的危险源进行定性或定量分析，根据评价结果划分等级。根据危险源不同级别，所需管控资源、管控能力和管控措施难易程度等因素而确定不同管控层级的管控方式。

公司定期开展安全生产的综合性检查、日常检查、专业性检查、季节性和节假日检查，及时发现安全隐患并落实整改。同时，公司每年根据《企业安全生产标准化基本规范》GB/T 33000执行内审，每隔3年执行国家安全生产标准外审。

公司结合生产现场的安全风险因素制定了《生产安全事故应急预案》《液氨重大危险源突发事件专项应急预案》等应急预案，明确了相关事故发生时现场应采取的应急措施、相关部门的职责分配等，确保相关员工得到及时救治，安全事故影响范围得到快速控制。



## 安全文化建设

公司多年来秉持着以人为本的安全文化，通过了 ISO45001 职业健康与安全管理体系认证，各级管理层均负有推动职业健康与安全工作的义务与责任，通过管理系统制度与规范，确保员工遵守及执行，并持续检视人、环境、行为等安全因素，不断优化管理机制，配以持之以恒的培训宣贯，落实职业健康与安全的管理目标。

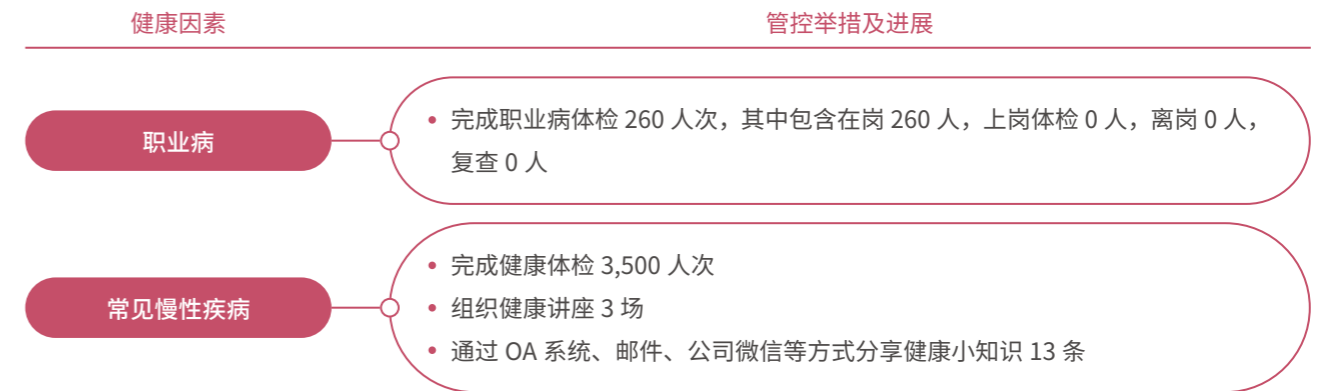
公司常态化开展全员培训及应急演练，覆盖全领域、全岗位、全链条，各单位的所有相关人员都要参与；组织新员工接受岗前“三级安全教育”，并每年组织员工开展职业卫生培训、岗位安全操作规程、安全规章制度、消防安全等专项安全培训，以增强员工安全生产意识。

报告期内，公司组织开展形式多样的安全生产培训，通过专项培训、新员工培训、全员培训、应急演练和安全生产知识竞赛等形式，共完成逾 90 万人次的安全生产培训，提升全员的安全意识。

<p>专项培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>45 位员工通过 ISO 14001 / ISO 45001 内部稽核员训练，强化内部稽核人员专业职能</li> <li>严格落实制冷工、电焊工、叉车工、高低压作业人员、高空作业人员等特殊岗位持证上岗和企业职工先培训后上岗制度，全年组织各类安全资格培训 900 人次，其中安管人员培训 150 人次，特种作业人员培训 150 人次，班组长培训 100 人次，其他从业人员培训 3,000 余人次，完成职业技能鉴定培训 70 人次，各类从业人员均按照国家要求持证上岗</li> <li>严格执行山东省安委会安全生产“晨会制度”，班前会培训 3,000 人次</li> </ul>
<p>新员工培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全年组织 1,220 人次新员工接受岗前“三级安全教育”</li> </ul>
<p>全员培训</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每年组织 3,000 人次员工开展职业卫生培训、岗位安全操作规程、安全规章制度、消防安全等专项安全培训，以增强员工安全生产意识</li> </ul>
<p>应急演练</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>综合演练 6 次，专项演练 12 次</li> </ul>

## 健康风险管理

公司持续召开员工受伤分析调查会议，并将相关改善推广至全公司；开展职业健康培训，定期组织员工体检，为员工办理职业伤害保险，最大程度地减少职业危害。



## 公司治理

公司严格按照《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》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号—规范运作》等法律法规和规范性文件的要求，建立了相对完善的公司法人治理结构和各项内部控制制度。公司董事会、董事会及管理层的议事规则及工作制度所赋予的职责，各尽其责、规范运作；董事和高级管理人员勤勉尽责；独立董事恪尽职守；信息披露工作真实、准确、完整、公平、及时。

### 完善的治理架构

公司股东会为最高权力机构、董事会为决策机构、高级管理层为执行机构。为满足战略发展需要，保障科学决策，提升董事会对经理层的有效监督，规范董事和高级管理人员的产生，以及完善考核和薪酬体系，公司在董事会下设了战略、审计、提名及薪酬与考核四个专门委员会，并分别建立了四大委员会的工作细则，切实保障各专门委员会的职责，一方面促进董事会的专业化运作，另一方面会更有效地发挥董事会的监督、制衡及决策作用。

为了防止和减缓利益冲突，董事会制定了《董事会议事规则》《审计委员会工作细则》《提名委员会工作细则》《薪酬与考核委员会工作细则》等制度，明确回避原则的适用情况。

### 董事会构成及运行

董事会由 9 名董事组成，设董事长 1 名，独立董事 3 名。董事会由具有不同技能、经验、资格和背景的董事组成，以提供有效的领导并增加价值。2025 年，公司召开了 6 次董事会会议，平均出席率为 100%。

## 董事会成员任职情况

● 董事长 ● 独立董事 ● 执行董事 ● 委员会召集人 ● 委员会成员

姓名	董事会会议出席次数	委员会任职情况	审计委员会	薪酬与考核委员会	提名委员会	战略委员会
● 郑维新	6/6	战略提名	—	—	1	—
● 王宝维	6/6	提名 审计 战略	4	—	1	—
● 杨克泉	6/6	审计 薪酬	4	2	—	—
● 李在军	6/6	薪酬 提名 审计	4	2	1	—
● 郑钧	6/6		—	—	—	—
● 陈飞	6/6	薪酬	—	2	—	—
● 李颜林	6/6		4	2	—	—
孙玉文	6/6	战略	—	—	—	—
● 黄仕敏	6/6		—	—	—	—

## 董事会的职责与授权

董事会的职责是领导公司并长期为股东创造价值。董事会负责设定公司的价值观和标准，确保它们符合公司的战略目标和理想的商业文化，并能回应股东和其他利益相关者（包括员工、供应商、客户和业务运营环境）的诉求；批准公司的战略目标，并提供必要的财务和人力资源来实现这些目标。

董事会授权以公司总经理为首的公司高级管理人员领导公司日常经营决策，为公司设定有效的内部控制措施，确保公司满足对社会及其他相关方的承诺和期望。董事会定期审核公司高级管理人员的经营管理表现，并对其进行评价。

## 董事的提名和遴选

公司提名委员会和董事会明确董事候选人的提名、资格及评估的相关程序及标准，其中包含对董事会独立性、多样性的考量标准。

根据《公司章程》规定，公司的董事会成员由股东会选举产生，任期3年。如果替代成员在任期内当选为董事会成员，则新当选的董事任期至本届董事会任期届满之日为止。各专门委员会委员由董事会根据各专委会会议事规则选举产生，任期与董事会一致。

## 董事会能力建设

公司在报告期内组织了一系列面向董事的培训课程，培训主题涵盖重要法律法规动态、反舞弊履职、并购重组、市值管理等与公司可持续发展密切相关的议题。

## 董监高薪酬政策

公司倡导以价值为导向的绩效文化，对高级管理人员实施绩效考核，对其收入采取“月基本工资+季度绩效工资+年终奖金”的薪资结构。在董事会的授权下，薪酬与考核委员会负责季度绩效薪酬及年终奖金的考核确定，以公司设定的业绩指标为基础，以各阶段设定的考核指标或工作表现为考核依据，保证绩效考核和评估结果充分反映员工的真实绩效表现和能力水平，保证考核的透明度。

## 投资者关系管理

公司一直专注于与投资者保持牢固和开放的关系，通过定期报告和各类公告真实、准确、完整、及时地履行信息披露的义务，通过股东会、投资者热线、投资者调研、e互动问答等互动方式与市场沟通公司战略和所做的决定，并接收来自投资者的反馈。



董事会成员和高级管理层定期与投资者沟通交流，以便董事会和管理层获得关于战略和财务业绩、运营、产品、高管薪酬、董事会组成和领导结构，以及重要的环境和社会问题等各种议题的反馈。在这些活动中交流的建设性见解、经验和想法有助于董事会评价和评估公司未来发展的关键方向。

## 董事、高管参与的投资者沟通

沟通形式	沟通频率	沟通主题
业绩说明会	3场	公司业绩、发展规划、行业情况、盈利情况

## ● 风险管理

为适应公司的发展需要，公司今年对原有的内部控制制度进行了一次比较系统的修订和完善，通过对制度的完善将风险防范前移，利用制度规范和管理日常经营活动。

公司将重大风险领域明确为战略风险、财务风险、市场风险、供应链风险、法律与合规风险、质量与食品安全风险、可持续发展风险7大方面，通过落实主体责任，制定应对目标策略，完善风险提示预警机制，开展年度应对效果评价等方式强化内部控制，从事前预防、事中控制和事后应急三个阶段全流程防控，风险管理委员会定期检阅风险评估及应对的有效性，解决落地执行中存在的问题，保障应对措施落地。公司对重点突出领域从战略、运营、支持三个层面，梳理出重点业务领域、关键管理模块，结合“关键控制+重要风险+有效覆盖”原则，统筹规划重点工作，开展审计监督工作。

报告期内，公司围绕七大风险构建了“预防-控制-提升”的全链条风险管理体系。战略层面通过升级多元战略、扩产与出海并行，破解单一品类局限，增强发展确定性；财务端以政策借力、闲置资金管理及成本优化三重举措，改善偿债能力与盈利水平；市场与供应链风险应对聚焦“稳渠道、控源头”，高端渠道布局与高附加值产品开发对冲竞争压力，集中采购与库存预警机制平抑原料波动；合规与质量风险以防控为核心，对标新规完善流程、获取50余项权威认证，投建国家级检测中心实现全程品控；可持续发展方面，以数字化转型、节粮技术及新赛道拓展为抓手，既响应环保要求，又培育增长动能，形成风险可控的长效发展模式。



## 党建实践

公司党委始终坚持党建引领生产经营，充分发挥党组织战斗堡垒和党员先锋模范作用，先后获评“莱阳市‘两新’组织党建工作示范点”“烟台市先进基层党组织”。2025年，党委以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，推动党建与业务深度融合，实现高质量发展。

### 政治理论学习

党委将贯彻中央八项规定精神列为重点，3月召开党员大会，传达四级会议精神，制定任务、问题及整改清单。通过“三会一课”、主题党日组织党员学习贯彻习近平总书记关于作风建设的论述及考察讲话精神。7月开展“重温入党誓词”主题党日活动，为党龄50年老党员颁发纪念奖章。9月组织党员观看抗战胜利纪念大会直播，厚植爱国情怀。

### 党员队伍建设

以党委书记、董事长郑维新为首的党委班子引领企业实现产业升级与双循环发展格局，郑维新获评“山东省畜牧行业40年功勋企业家”，党委副书记、总裁郑钧斩获“烟台市劳动模范”等多项荣誉。党委推动班子与行政班子“交叉任职”，80%以上管理层为党员，全面激发党员干部担当作为的使命感。

### 全会精神贯彻

党的二十届四中全会闭幕后，党委将学习宣传贯彻全会精神作为重大政治任务。党委班子成员带头深入基层宣讲，推动全会精神进一线、进班组、进头脑，将学习成果转化为推动企业发展的动力。

### 党建引领发展

党委下设5个党支部，管理党员190名。推行“红色车间”建设，划分8个党员责任区，设立40个党员先锋岗，评选先进党务工作者。2025年6月与莱阳市农商银行党委达成党建共建，实现资源共享、合作共赢。



# 员工赋能

公司的成功始于员工的成功。自成立以来，公司一直专注于提供一个安全且管理良好的工作场所，使公司的团队成员能够茁壮成长并拥有更美好的未来。

人才吸引与留任

59

人才发展

62



# 人才吸引与留任

公司建立了科学人才选聘机制，知人善用、人尽其才，营造尊重知识、尊重人才，有利于优秀人才脱颖而出的优良环境。

## • 多元与共融

公司持续为女性员工提供友善与支持的工作环境，定期邀请康复中心心理医生为女职工们就家庭、育儿等问题进行心理辅导；通过开展座谈会等形式了解女职工的心声。报告期内，公司组织了女职工满意度测评，女职工满意度逾 97%。配合当地政府，组织 35-55 岁的育龄女工做两癌筛查。

公司尊重员工行使尊奉信仰和风俗的权利，为少数民族员工设立清真餐厅、回民独立生活中心，每年组织少数民族优秀员工表彰大会。公司管理人员经常深入少数民族职工宿舍，与少数民族员工促膝谈心，了解大家的感受和需求，想方设法解决少数民族员工遇到的困难和问题。除了生活上的关怀帮助，公司组织参与各类文化娱乐活动和体育竞赛活动，丰富各族职工的精神文化生活，让能歌善舞的少数民族员工或演奏着葫芦丝、或跳起篝火舞、或奔跑在赛道上抒发着对美好生活的热爱，也表达着对民族团结一家亲的歌颂。

截至报告期末，公司共有正式员工 4,368 人，其中女性员工占比 48.95%，副总监及以上的高层中，29% 是女性；来自满、回、佤、布朗、傣、彝、拉祜、白族等 16 个少数民族的员工共计 175 人，占总员工数的 4%；高级管理人员中有一名少数民族员工，占该群体的 0.57%；新进员工中 1.5% 为少数民族员工。

### 截至报告期末

公司共有正式员工	其中女性员工占比	副总监及以上高层中的女性占比
<b>4,368</b> 人	<b>48.95%</b>	<b>29%</b>
来自 16 个少数民族的员工	少数民族员工占比	高级管理人员中的少数民族员工
<b>175</b> 人	<b>4%</b>	<b>1</b> 人



## • 人才招聘

公司实施以人为本的战略，不断吸引和发展优秀人才，以职业化和专业化特点的高素质人才队伍为公司的销售、管理、研发和生产提供强大的支持和后盾。公司招聘渠道包含公司网站、校园宣讲会、校园实习生项目、产学研合作与社交媒体等。报告期内，前往山东省内多家院校开展了招聘活动，为公司持续引进优秀人才提供保障。

公司每年与中国农业大学、青岛农业大学海都学院等签订校企合作协议书，积极参与校园招聘，并定期安排学校师生来公司观摩学习。

报告期内，公司共举办 40 余场讲座、课程与工作坊等，提供实习生丰富多元的学习体验，表现优异的实习生能获得预先聘用的资格，在毕业后立即加入公司，促成参与学生与公司的双赢。截至 2025 年底，2023、2024 年的实习生，平均有七成后续加入公司。

## • 薪酬与福利

公司提供较具竞争力的整体薪酬，包括岗位工资、绩效工资、奖金和福利，以吸引、培养、留任人才，对绩效优秀的员工进行奖励。员工整体薪酬依据公司效益情况，结合该员工的专业知识技能、工作职能、绩效表现与对公司的贡献度等因素而异。



- 公司每年通过薪资调查，衡量公司薪酬水平与本地和同行业代表性企业的差异，以及居民消费价格指数上涨幅度等因素，为薪资调整提供参考，维持公司整体薪酬竞争力



- 一线生产员工根据工作性质不同实行计件工资制和计时工资制，根据工作量多少和工作时间的多少来计算工资
- 一般管理人员和后勤人员根据月份绩效完成情况与月份绩效工资挂钩，每月兑现
- 管理层的绩效考核分为关键绩效指标和关键管理指标，月份绩效工资与月份绩效完成度挂钩，每月兑现；奖金与员工的年度绩效完成度挂钩，年终兑现



公司基于法定标准提供完善的福利制度，含节假日、保险、免费食宿、退休金、急难救助、节日福利等，并为育龄女性员工、45 周岁以上在职员工及退休员工提供免费年度健康体检。

公司持续投入升级“职工之家”，打造一站式综合服务平台，职工子女托管中心长期稳定运营，切实解决职工子女照护难题，惠及众多职工家庭；同步厚植“家”文化氛围，自 2025 年起按月为住宿职工举办集体生日宴，用暖心举措传递企业关怀，凝聚企业发展合力。

针对员工春节返乡团圆的实际需求，公司精准对接春运出行痛点，每年春运期间为员工购买机票并安排专车送达机场，破解路途遥远、车票难购的现实难题，全力保障职工平安顺利回家与亲人团聚。

同时，公司完善配套服务设施，打造烟台市内配套完善的员工之家一条街，集浴室、放映厅、图书室、超市、健身场等设施与文化学习园地于一体，满足员工一站式生活、休闲、学习需求，助力员工放松身心、平衡工作与生活。

在帮扶救助方面，公司充分发挥爱心基金作用，在报告期内救助困难职工、临时急需救助的职工共计 37 人，累计救助金额 62,290 元，切实解决职工燃眉之急，用实际行动践行企业责任。



## 人才发展

公司每年根据关键岗位制定梯队人才的需求计划，确定梯队的层级，构建企业关键岗位的胜任素质模型和任职资格；并针对公司现有人员，进行大面积测评选拔，确定公司人才九宫格，拟定后备人才名单，并识别出其中急需关注的人员，并确认其差距，再根据人员具体情况，制定梯队人才的提升学习计划。

指标	目标	报告期进展
部门总经理人才梯队状态盘点完成率	90%	90%
员工全年平均学习时数	≥ 50 小时	52 小时

### ● 经验学习

公司为员工提供完整的职业发展架构，借由强化管理职能与技术专业职能的“双轨制”，让员工能依据个人特质与专长，分别在管理与技术的专业领域获得良好发展。

依据公司的职业发展架构，直属主管与员工定期开展绩效评估沟通，将员工的技能和能力与业务绩效明确一致地联系起来，为内部人才升迁、发展全方位领导人才提供依据。

### ● 回馈与指导

公司拥有强大的基于反馈的企业文化和绩效管理方法，员工每年都会接受多维度、基于目标的绩效评估。员工定期与经理进行反馈和发展规划对话，以鼓励内部沟通。我们意识到员工能够与上级就发展机会和未来职业进行协商，获得适当的建议，并了解其部门的使命以及他们在中长期内应扮演的角色是非常重要的，并且可以充分发挥他们的潜力。此外，这些对话对员工敬业度和明确公司的宗旨具有非常积极的影响，因为它们让主管及其下属有机会从日常汇报的程序中脱离出来，共同讨论业务的发展和对公司的愿景。

## ● 人才培养

公司十分重视培训体系的搭建与完善工作，不断强化员工培训与职业规划，每年结合公司战略规划分系统、分项目制订年度培训计划并开展相关培训工作。培训形式结合实际需求采用线上、线下两种培训形式。通过入职培训帮助新入职人员快速学习、融入企业文化，助力其快速升任岗位；通过外训资源帮助企业技术、业务人员不断提升和强化；通过中高层管理培训、内训师等培训项目不断萃取内部优秀案例经验并传承；通过培训为公司各系统员工持续赋能，打造学习型组织氛围，不断完善公司人才梯队建设。

公司开展后备人才培养计划，根据不同人群分为A库、B库、C库三个梯队，对应培养部门正（副）经理级，车间主任、科长或主管级及各类专业类业务骨干。

### 人才培养计划

	C库	B库	A库
面向人群	院校毕业生	车间主任、科长或主管级及各类专业类业务骨干	部门正（副）经理级
在库人数	31	63	29
培训项目	雏鹰班	雄鹰班	金鹰班
培训内容	企业文化、执行力、团队管理、沟通技巧、领导力、市场营销、财务管理、人资管理、管理学、组织行为学、生产运作管理、质量管理、精益生产		

后备人才考核周期为1年，考核内容由培训考核（40）、岗位考核（40）、民主评议（20）三部分组成，综合考评成绩为“优”的，在晋升、培训机会等方面给予优先考虑；考评成绩为“满意”的，可以给予适当的培训及轮岗机会，帮助其提升能力；考评结果为“欠佳”的将被取消后备人才资格。

报告期内，面向中高层管理人员、营销人员及新员工举办了多轮主题培训及学习活动，培训总时数逾640小时，超过5,300人次参与了培训学习，总培训费用逾人民币100万元。所有公开课程均完成满意度评估，评估维度包含课程内容设计、讲师、行政服务与整体课程效益满意度，其中，课程效益满意度平均达90分（满分为100分）；结果评估均反馈至员工绩效管理与发展制度中。

此外，我们鼓励员工获得学历晋升并获取商业知识和技能。报告期内，公司继续资助3名员工参与中国农业大学MBA教育中心的MBA项目，以助他们系统化地学习掌握领导力知识和技能。

### 人均培训学习时数



### 春雪食品“春锋”研修班开班 打造高素质管理铁军

2025年4月，春雪食品集团管理干部“春锋”研修班（一期）隆重开班，被业内称为“黄埔一期”，50余名高管、导师、业内专家及学员共同参与。

研修班以“‘春锋’之锐，踏浪前行；以改革之势，破局制胜”为主题，联合国内知名管理咨询机构，设置主管定位、人力资源管理等实用课程，通过案例分析、小组研讨、情景模拟等多元形式，实现理论与实践深度融合。学员们以饱满热情投入每期的两天全封闭培训，积极交流分享、碰撞思维。

作为公司队伍建设的重要举措，研修班旨在拓宽管理干部视野、更新管理理念、提升综合素养，为企业应对市场竞争、实现高质量发展筑牢人才根基。未来，春雪食品将持续深化人才培养机制，为管理干部成长搭建更多优质平台。



# 附录

## • GRI可持续发展报告标准

使用说明	春雪食品在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日报告期间参照 GRI 标准报告了此份 GRI 内容索引中引用的信息。
使用的 GRI 1	GRI 1: 基础 2021

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-1 组织详细情况	关于春雪食品
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
	2-3 报告期、报告频率和联系人	报告编制说明
	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于春雪食品
	2-7 员工	人才吸引与留任
	2-9 管治架构和组成	公司治理
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	公司治理
	2-11 最高管治机构的主席	公司治理
	2-12 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用	公司治理
	2-13 为管理影响的责任授权	公司治理
	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	报告编制说明
	2-15 利益冲突	公司治理
	2-16 重要关切问题的沟通	合规管理、人才吸引与留任
	2-17 最高管治机构的共同知识	公司治理
	2-18 对最高管治机构的绩效评估	公司治理
	2-19 薪酬政策	公司治理
	2-20 确定薪酬的程序	公司治理
	2-23 政策承诺	污染防治、资源利用、合规管理、人才吸引与留任
	2-24 融合政策承诺	污染防治、资源利用、合规管理、人才吸引与留任
	2-25 补救负面影响的程序	合规管理、人才吸引与留任

GRI 标准	披露项	位置
GRI 2: 一般披露 2021	2-26 寻求建议和提出关切的机制	合规管理、人才吸引与留任
	2-27 遵守法律法规	无抗 / 减抗养殖、产品质量及食品安全、消费者健康与权益保障、供应链协同、污染防治、合规管理
	2-28 协会的成员资格	关于春雪食品
	2-29 利益相关方参与的方法	环境、社会和公司治理
GRI 3: 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	环境、社会和公司治理
	3-2 实质性议题清单	环境、社会和公司治理
	3-3 实质性议题的管理	环境、社会和公司治理
GRI 204: 采购实践 2016	204-1 向当地供应商采购的支出比例	供应链协同
GRI 205: 反腐败 2016	205-1 已经进行腐败风险评估的运营点	合规管理
	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	合规管理
	205-3 经确认的腐败事件和采取的行动	合规管理
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	资源利用
	302-4 降低能源消耗量	资源利用
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-3 取水	资源利用
	303-4 排水	资源利用
GRI 305: 排放 2016	305-1 直接（范围 1）温室气体排放	资源利用
	305-2 能源间接（范围 2）温室气体排放	资源利用
	305-3 其他间接（范围 3）温室气体排放	资源利用
	305-5 温室气体减排量	资源利用
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 和其他重大气体排放	污染防治
GRI 306: 废弃物 2020	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	污染防治
	306-2 废弃物相关重大影响的管理	污染防治
	306-3 产生的废弃物	污染防治

## ● 《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》对标索引

GRI 标准	披露项	位置
GRI 306: 废弃物 2020	306-4 从处置中转移的废弃物	污染防治
	306-5 进入处置的废弃物	污染防治
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-2 供应链中的负面环境影响以及采取的行动	供应链协同
GRI 401: 雇佣 2016	401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	人才吸引与留任
GRI 403: 职业健康与安全 2018	403-1 职业健康安全管理体系	合规管理
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	合规管理
	403-3 职业健康服务	合规管理
	403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通	合规管理
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	合规管理
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	合规管理
GRI 404: 培训与教育 2016	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	人才发展
	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	人才发展
	404-3 接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	人才发展
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	人才吸引与留任
GRI 406: 反歧视 2016	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	人才吸引与留任
GRI 408: 童工 2016	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	人才吸引与留任
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	人才吸引与留任
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	供应链协同
	414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	供应链协同
GRI 416: 客户健康与安全 2016	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	产品质量及食品安全
GRI 417: 营销和标识 2016	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	消费者健康与权益保障
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	消费者健康与权益保障
	417-3 涉及营销传播的违规事件	消费者健康与权益保障

披露要求	对应的本报告章节
应对气候变化	资源利用
污染物排放	污染防治
废弃物处理	污染防治
生态系统和生物多样性保护	污染防治
环境合规管理	污染防治
能源利用	资源利用
水资源利用	资源利用
循环经济	资源利用
乡村振兴	供应链协同
社会贡献	供应链协同
创新驱动	无抗 / 减抗养殖、消费者健康与权益保障
科技伦理	不适用
供应链安全	供应链协同
平等对待中小企业	供应链协同
产品和服务安全与质量	产品质量及食品安全
数据安全与客户隐私保护	不适用
员工	合规管理、人才吸引与留任、人才发展
尽职调查	环境、社会和公司治理
利益相关方沟通	环境、社会和公司治理
反商业贿赂及反贪污	合规管理
反不正当竞争	消费者健康与权益保障

## • 报告编制说明

### 报告范围

本报告范围涵盖春雪食品集团股份有限公司及其附属公司。除非特别说明，与春雪食品（股票代码：605567）年报合并财务报表范围一致。

### 时间范围

本报告为年度报告，报告涵盖范围为2025年1月1日至2025年12月31日。部分文字信息超出此范畴，在所涉及处予以说明。

### 报告依据

依据《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）》编写，并参考全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（GRI Standards 2021）、《联合国可持续发展目标（SDGs）企业行动指南》。

### 数据说明

报告中数据和案例来自公司实际运行的原始记录或财务报告。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与公司年度财务报告不符的，以年度报告为准。

### 称谓说明

为便于您的阅读，春雪食品集团股份有限公司在本报告中以“春雪食品”“公司”“我们”等方式进行表述。

### 可靠性保证

本公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司董事会对其内容的真实性、准确性和完整性负责。

### 对本报告的回应

非常感谢您的阅读，我们真诚期待您对本报告的反馈。如您对本公司履行社会责任或环境、社会和公司治理报告工作有任何疑问或建议，欢迎通过发送电邮至以下邮箱与本公司取得联系：

地址：山东省莱阳市富山路382号

电话：0535-7776798

邮箱：cxzq@springsnow.cn

