



2025年度

环境、社会及治理报告

Environmental, Social and Governance Report

北京三元食品股份有限公司



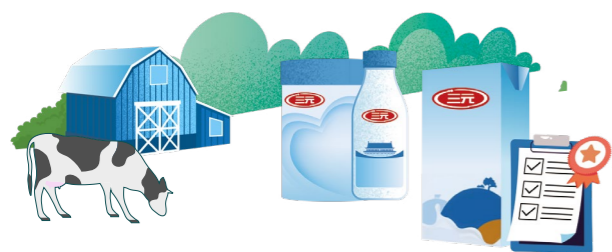
目录



01

产品 引领卓越品质

- 16 —— 领航产品创新
- 22 —— 稳保产品质量
- 26 —— 精进客户服务
- 29 —— 推进数智管理

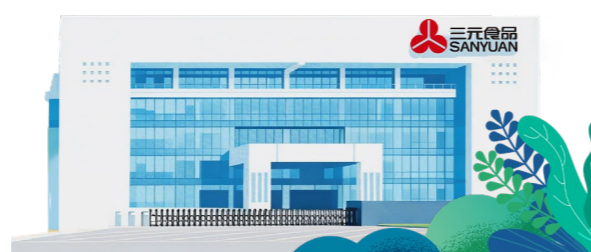


- 02 —— 报告说明
- 04 —— 管理层致辞
- 06 —— 走进三元食品
- 08 —— 可持续发展管理

02

治理 保障合规运营

- 32 —— 健全公司治理
- 35 —— 完善合规风控
- 37 —— 恪守商业道德
- 39 —— 保障数据安全



- 78 —— 《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）》索引
- 79 —— 读者意见反馈

03

社会 增进社会福祉

- 44 —— 助力人才成长
- 56 —— 践行责任采购
- 62 —— 深耕公益慈善



04

环境 绿色低碳未来

- 66 —— 应对气候变化
- 70 —— 强化环境管理
- 75 —— 严守合规排放



报告说明

时间范围

2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，部分内容适当追溯以往年度。

称谓说明

为便于表述和方便阅读，“北京三元食品股份有限公司”在本报告中以“三元食品”“公司”“我们”表示。

组织范围

除另有说明外，本报告的披露范围包括北京三元食品股份有限公司中国境内工厂。

数据说明

本报告所引用的数据和案例，均来自公司统计报告或公开文件。如无特殊说明，货币单位均为人民币。

编制依据

本报告参考《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》编制。

本报告回应并遵守以下规则：

重要性：在本报告的编制过程中，已对主要利益相关方及其所关注的 ESG 议题进行了识别。同时，依据这些关注议题的相对重要程度，在本报告中予以针对性的详细披露。

平衡：本报告客观披露正面及负面信息，确保内容平衡。

量化：本报告通过呈现量化资料的形式，对环境与社会层面的关键绩效指标予以展示。关于本报告中各项关键绩效指标的计量标准、计算方法、相关假设、所使用的计算工具以及转化系数的来源等，在报告的相应位置均已作出明确说明。

一致性：本报告所披露的数据采用了与往年相同的统计方法。对于个别变动之处，均已作出相应的解释说明，以确保数据遵循一致性原则。

报告获取

本报告以印刷版和电子版两种形式发布，可在线浏览电子版或联系我们索取纸质版本。获取中文电子版报告请登录上海证券交易所网站 <http://www.sse.com.cn> 及公司官方网站 <https://www.sanyuan.com.cn/>。

管理层致辞

2025 年，三元食品在可持续发展道路上坚定前行，将可持续理念深度融入企业战略与日常运营，以扎实行动响应时代责任，持续推动行业与社会的长远发展。

于治理中筑牢根基，在合规中行稳致远。我们持续完善“股东会-董事会-管理层”的治理架构，深化“两会一层”运作效能。我们高度重视与资本市场的良性互动，全年举办多场投资者沟通会与业绩说明会，确保信息披露的及时、准确与透明，以实际行动维护所有股东的权益。我们持续构建制度完备、体系健全、运行有效的合规管理体系，提升依法治理水平和合规管理能力，筑牢从战略决策到业务运营的合规防线，以“零容忍”态度恪守商业道德。

于供应链中践行责任，在绿色采购中擘画未来。质量与安全，始于源头。我们将 ESG 理念全面融入供应商管理全生命周期，构建覆盖准入、评估、协同、退出的科学机制。我们坚持绿色安全采购，并定期开展供应商评价，从源头守护产品的纯粹与安全，携手合作伙伴共同锻造安全、可靠、可持续的供应链。

于产品中铸就卓越，在创新中驱动未来。我们坚持“质量立市”，通过覆盖“源头严控、过程严管、结果严检、产品可追溯”的全链条质量安全管控体系，筑起坚不可摧的品质防线。我们积极投入研发，不仅实现了关键原辅料的自主可控，更依托持续十年的母婴营养组学数据库，在循证营养与功能乳品研发上取得突破。我们积极承担行业责任，牵头参与多项国家及行业标准制修订，以科技实力引领行业进步。

于人才中凝聚力量，在关爱中激发潜能。员工是企业最宝贵的财富。我们坚持公平公正的选人用人原则，致力于打造多元、平等、包容的工作环境。我们构建了系统化的培训体系，并通过“极致训练营”等特色项目，为青年人才与业务骨干提供精准赋能。我们持续完善薪酬绩效与员工关爱体系，提升员工的归属感与幸福感。我们高度重视安全文化建设，通过常态化安全培训与主题活动，持续增强全员安全意识，共同营造安全和谐的发展氛围。

于环境中担当作为，在低碳中拥抱未来。我们积极响应国家“双碳”战略，将应对气候变化融入公司治理与长期发展战略，通过推进光伏发电项目、使用绿色电力、实施节能降碳改造等举措，持续优化能源结构，以实际行动守护绿水青山，推动企业发展与自然环境和谐共生。

于社会中传递温暖，在奉献中彰显价值。作为国有企业，我们深知肩负的社会责任。我们持续开展支持教育公平、深化社区关怀、参与应急响应等多维度公益实践，切实履行企业公民责任。我们积极助力乡村振兴，通过消费帮扶、产业带动等方式，为乡村发展注入三元力量。点滴善举，汇聚成河，这是我们回馈社会、传递温暖的初心与实践。

展望 2026，三元食品将继续秉持匠心，以更高品质的产品服务国民健康；坚持创新，以更强大科技实力驱动行业发展；深化责任，以更可持续的姿态拥抱未来。我们期待与各位股东、伙伴、员工及社会各界朋友继续携手，同心同行，为中国乳业的高质量发展与人民美好生活贡献更大的力量。

走进三元食品

公司简介

三元食品作为中国乳业发展的先行者、实践者与见证者，自成立以来，70 年始终深耕乳制品行业。公司不断推进产品创新，已形成低温鲜奶、低温酸奶、常温牛奶、常温酸奶、奶粉、奶酪、冰淇淋、中式奶酪等产品系列，持续为消费者提供安全、健康、高品质的乳制品。

依托独特的创立背景与发展脉络，三元食品积淀了深厚的企业文化。企业长期坚持“质量立市 诚信为本”的核心理念，以不断满足消费者需求为使命，期待携手社会各界，共同开创三元食品的辉煌未来。

“

公司始终坚守初心，用真心做一杯好奶，以“敬畏心、同理心、极致心”守护国民餐桌，致力于成为以科技创新为核心驱动、品质绝对领先、最受信任的国民级乳品品牌。



业务布局

作为中国乳业的先行者、笃行者与见证者，三元食品依托国家级科研平台的有力支撑，持续释放品牌影响力与研发创新活力。企业在稳固布局京津冀、东北、华东及西南区域市场的同时，积极开拓新西兰、加拿大、法国等海外市场，致力于构建一个具有前瞻视野与全球化格局的乳制品产业集群，全面推进产品、品牌与渠道的全方位、突破性发展。

年度荣誉

诚信企业

第十届诚信北京 3·15 特别节目

2025 年中国乳制品工业协会科学技术奖— 技术进步一等奖

中国乳制品工业协会

同行功勋单位

中国食品工业协会

北京市属国有控股上市公司十佳报告

中国·京津冀国有企业社会责任发布会



可持续发展管理

三元食品将可持续发展理念全面融入企业运营与战略发展进程。公司始终关注并积极回应各方利益相关者的期望，系统推进 ESG 双重重大性议题的识别与管理，致力于实现企业与社会的和谐共生、长远发展。

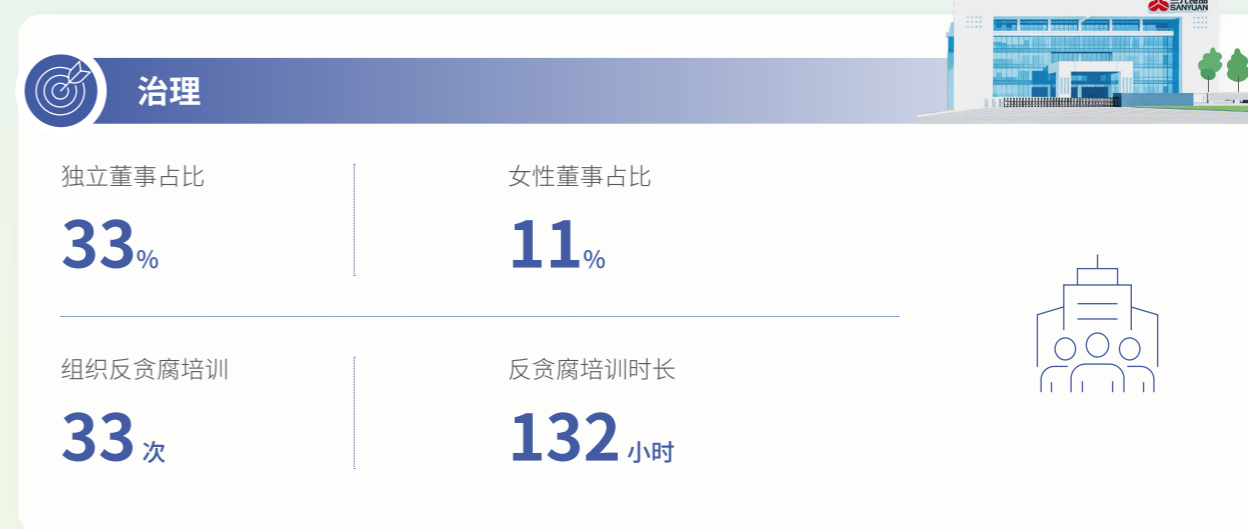
SDGs 回应

SDGs	2025 年公司行动
	<ul style="list-style-type: none"> 三元食品持续深化消费帮扶工作，全年累计采购总额达 109.04 万元
	<ul style="list-style-type: none"> 向遭遇特大暴雨洪涝灾害的贵州省三都县定向捐赠 7,000 箱纯牛奶及 3,960 罐婴幼儿配方奶粉
	<ul style="list-style-type: none"> 北京消费者对三元整体品牌满意度达 91.5 分 员工安全培训覆盖率 100%
	<ul style="list-style-type: none"> 通过多元化宣贯与推广活动，提升社会对乳品营养、健康消费及绿色发展的认知水平
	<ul style="list-style-type: none"> 女性员工占比 50.68%
	<ul style="list-style-type: none"> 全部生产基地均配套污水处理设施，重点排放工厂均配备污水在线监测系统并联网监管 通过中水回用、洗瓶工艺节水改造和冷凝水回收等举措持续提升用水效率 2025 年总耗水量 333.11 万吨，持续达成单位产品水耗目标
	<ul style="list-style-type: none"> 持续推进锅炉余热回收、低氮改造、设备节能更新和工艺优化 已在 5 家工厂建成光伏发电项目，2 家加工厂使用绿色电力，持续提升清洁能源使用比例
	<ul style="list-style-type: none"> 荣获 2025 年中国人才管理卓越典范奖 首都牛奶科普馆年均接待参观人群超过 8 万人次
	<ul style="list-style-type: none"> 围绕生产、销售和办公全流程推进数字化升级，提升运营效率和资源利用效率 充分发挥首农食品集团旗下养殖业务的布局优势，在全国多省市建设并运营近 30 个自控奶源基地

SDGs	2025 年公司行动
	<ul style="list-style-type: none"> 对于职场性骚扰采取“零容忍”政策，致力于消除基于性别、年龄、民族、信仰、国籍、婚姻状况、残障等因素的任何不公对待
	<ul style="list-style-type: none"> 首都重大活动与会议的乳品供应保障 积极支持各项体育赛事，将企业责任与健康生活方式相结合
	<ul style="list-style-type: none"> 将可持续理念融入采购、生产、包装和废弃物管理全过程，持续推进绿色供应链建设 棕榈油采购实现 RSPO 认证全覆盖，危险废物合规处置率达 100%
	<ul style="list-style-type: none"> 北京工业园通过碳中和认证，并通过光伏发电、绿色电力使用等举措稳步推进低碳发展
	<ul style="list-style-type: none"> 强化废水治理和养殖端源头减污，严格控制 COD、BOD、氨氮等关键指标排放 通过污水处理设施升级、在线监测、兽药残留检测和抗菌药减量等举措，持续降低对下游水生态环境的潜在影响
	<ul style="list-style-type: none"> 将生态保护要求融入奶源、养殖和原材料采购环节，持续推进粪污资源化利用和种养结合循环模式 优先选用 FSC、RSPO 等可持续认证原材料，助力资源循环与生态系统稳定
	<ul style="list-style-type: none"> 明确禁止任何形式的贪污腐败、商业贿赂及利益输送等行为
	<ul style="list-style-type: none"> 完成 47 家生产性物资供应商质量评价工作，派出内部专家成员 94 人次，未出现重大不符合项

ESG 关键绩效

三元食品 2025 年社会、环境、治理方面亮点绩效



利益相关方沟通

三元食品始终将同各方利益相关方的互动沟通放在重要位置，致力于建立并完善有效、顺畅的对话渠道与合作机制。公司认真倾听并及时反馈来自投资者、业务伙伴、员工、消费者及社区等各方的意见与期待，以切实举措积极践行企业的可持续发展承诺。

三元食品利益相关方类别及主要沟通方式

利益相关方类别	主要关注内容	主要沟通方式
 股东及投资者	<ul style="list-style-type: none"> • 投资回报稳健 • 风险管理 • 低碳发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 企业年报和公告 • 投资者沟通会及调研会 • 股东会 • 公司官方网站
 合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> • 创新研发 • 互利共赢 	<ul style="list-style-type: none"> • 产业链合作 • 行业交流大会 • 产学研项目
 员工	<ul style="list-style-type: none"> • 职业健康与安全 • 员工薪酬与福利 • 员工关爱 • 人才培养与发展 • 多元平等机会 • 员工权益 	<ul style="list-style-type: none"> • 员工培训课程 • 员工关爱活动 • 公司网站及社交媒体互动
 供应商 / 承包商	<ul style="list-style-type: none"> • 诚信合作 • 可持续供应链 • 信息安全与隐私保护 	<ul style="list-style-type: none"> • 供应商管理 • 供应商培训 • 现场审查 • 合规检查
 政府及监管机构	<ul style="list-style-type: none"> • 合规经营 • 依法纳税 • 带动地方经济发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期及临时公告 • 监管考核
 客户	<ul style="list-style-type: none"> • 食品质量安全 • 食品营养与健康 • 消费者满意度 • 负责任营销 • 客户服务水平 	<ul style="list-style-type: none"> • 客户满意度调查 • 负责任营销及宣传
 社区代表 / 媒体	<ul style="list-style-type: none"> • 社区发展与乡村振兴 • 带动地方经济发展 	<ul style="list-style-type: none"> • 社会公益活动 • 志愿者活动 • 企业年报和公告 • 指定网站披露信息

重大性议题分析

2025 年，三元食品在开展双重重要性分析工作中，以 2024 年度已识别的重大性议题为基础，结合本年度公司战略方向、外部环境变化及利益相关方关切，对相关议题进行了更新与整合。公司通过对 17 项关键议题从“影响重要性”与“财务重要性”两个维度进行系统评估与优先级排序，构建 2025 年度可持续发展双重重要性矩阵，为战略资源的精准配置与管理决策提供了清晰指引。



三元食品 2025 年双重重要性议题矩阵

01

产品 引领卓越品质

三元食品始终相信以创新驱动、质量为本、客户为先是贯穿始终的行动纲领，通过前沿研发领航产品升级，依托严苛标准保障卓越品质，借力精细服务深化客户信赖，并全面推进数智化转型赋能高效管理，构筑起稳健而富有活力的核心竞争力，致力于为国民健康生活贡献源源不断的乳业力量。



领航产品创新

三元食品始终将产品迭代视为企业长远发展的关键支撑。公司坚持以创新为引领，在产品研发领域积极布局，扎实推动各项创新项目落地，并加速将研究成果转化为实际生产力，从而为企业持续健康发展提供了坚实保障。

丰富产品矩阵

三元食品持续丰富产品品类，致力于构建覆盖母婴营养、儿童成长、成人健康到老年养护的全生命周期产品矩阵。

公司始终致力于为消费者提供最新鲜、优质的乳品。本年度，公司品牌战略重塑，聚焦北京市场，聚焦低温鲜奶品类，推出战略核心产品“三元北京鲜牛奶”，通过整合品质、文化与供应链优势，旨在巩固其在区域低温鲜奶市场的领先地位。



生产技术强化

- 坚持 100% 自有奶源，从牧场源头确保纯粹与安心；
- 采用先进的 72°C 低温巴氏杀菌工艺，在安全杀菌的同时，更大限度锁住新鲜与活性营养；
- 实现对北京部分区域客户“12 小时从工厂到仓”的极速配送，将“新鲜”承诺落到实处。

营养口味升级

- 通过优化营养配比，显著提升蛋白质等关键指标；
- 提升产品口感，致力于呈现更香浓醇正的本真风味。

产品包装换新

- 全面升级视觉形象，以更具现代质感与品牌识别度的设计，承载并传递这份立足北京、专注新鲜的价值承诺。

除战略明星产品外，公司更依托深厚的研发实力与敏锐的市场洞察，构建了覆盖全生命周期的丰富产品矩阵，满足消费者多元化的营养与健康需求。2025 年，公司共上市新产品 36 个，其中包括奶粉产品 10 个，液奶产品 5 个，酸奶产品 15 个及干酪产品 6 个。

三元食品 2025 年新品展示 (部分)

液奶

真的好巧调制乳

清洁配方，配料简单，只有生牛乳、巧克力和可可粉。精选了优质巧克力和可可粉，每 100mL 产品含 3.6 克优质乳蛋白，入口细腻丝滑、风味浓郁馨香。



学生奶

学生奶专属渠道销售，学字标产品，专属牧场，专属奶源。草莓口味，营养好喝。



氨糖高钙娟姗牛奶

严选珍稀娟姗生牛乳为原料，乳脂醇厚，浓郁营养。每瓶添加 100mg 氨糖 (N-乙酰氨基葡萄糖)，钙含量高达 400mg，蛋白质高达 7g，每天 2 瓶满足成人每日钙推荐摄入量，氨糖与超高钙双效协同保护软骨，为关节和骨骼提供双重守护。



儿童成长牛奶 (长高高)

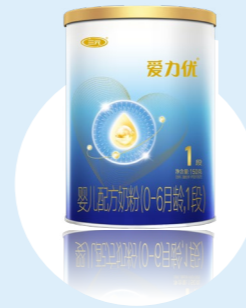
通过添加初乳碱性蛋白、水解蛋黄粉、优质钙源乳矿物盐以及助力钙质吸收的维生素 D，全方位呵护儿童成长。



奶粉

爱力优至臻婴儿配方奶粉 / 爱力优至臻较大婴儿配方奶粉 / 爱力优至臻幼儿配方奶粉

是国家母婴中心实证的好奶粉，依托 3000 万组母乳组学数据与临床喂养实证研发，打造中国乳源黄金比例。产品采用臻稀 A2 奶源，含 95% 高纯度乳铁蛋白、第一代专利 OPO，奶源品质超欧盟标准，2025 年生产检测标准全面升级。临床实证显示其喂养效果贴近母乳，助力宝宝神经发育，排便规律顺畅，还拥有 35 项专利赋能，全产业链把控品质，是适配中国宝宝体质的高品质奶粉。



酸奶

雪凝奶皮子凝固型酸奶

采用 85% 以上的生牛乳，嫩滑奶豆腐质地，清润如冻。采用单盒发酵，保留浓浓乳脂香。800g 大规格，可随心搭配果干麦片。外盒采用食品级 PP 材质，可循环使用，微波冷藏都适用。



爱蓓益稚悦婴儿配方奶粉 / 爱蓓益稚悦较大婴儿配方奶粉 / 爱蓓益稚悦幼儿配方奶粉

是国家母婴中心专研的好奶粉，紧扣保护力配方行业趋势，打造三重免疫活性蛋白、四重免疫因子、三重益生元构成的十重保护力组合，复刻母乳免疫成分协同机制，多维守护宝宝健康。产品采用北纬 42° 黄金奶源带的 100% 原生 A2β- 酪蛋白奶源，鲜奶品质超欧盟标准，全产业链自控保障安全。配方亲和易吸收，能改善肠道菌群，适配中国宝宝体质，各段产品规格丰富，性价比与营养性兼具。



雪凝炭烧奶皮子凝固型酸奶

紧跟奶皮子酸奶市场趋势，创新将炭烧概念融入奶皮子酸奶，产品自然褐色，口感嫩滑细腻、焦香浓郁。

三元中老年高钙多维奶粉 / 三元高钙高蛋白中老年奶粉 / 爱益中老年富硒高钙多维奶粉

含钙 1200mg/100g+ 维生素 D，搭配 22.8g/100g 优质蛋白，护骨又固肌。富含膳食纤维及多种维生素，0 蔗糖、低脂肪（较调制乳粉国标最低限减少 40%），改善肠道健康、减轻身体负担。添加富硒酵母（8g/100g），增强免疫力、抗氧化。科学配比，满足骨骼养护、肌肉维持、控糖控脂多重需求。



果蔬风味发酵乳

多重果蔬 + 醇厚酸奶，每天一种色系果蔬，实现活力、滋养、元气满满。



三元中老年益生菌高钙高蛋白奶粉 / 三元中老年高钙奶粉 / 畅倍益生菌奶粉 / 爱益中老年益生菌奶粉

是中华老字号新国标升级产品，每罐添加 120 亿新西兰进口 HN019 活性益生菌，搭配双益生元、膳食纤维有助于维持正常的肠道功能，守护肠道健康。含钙 1350mg/100g、蛋白质较调制乳粉国标最低限值增加 26% 以上，四重营养强化行动力。0 蔗糖且脂肪较全脂乳粉国标减少 50% 以上，轻盈无负担，适配中老年人日常营养补充，品质安全有保障。

创新研发实力

三元食品持续开展创新研发工作，制定并实施《配方管理办法》《技术法规管理办法》《科研项目（课题）管理办法》等制度。公司持续深化新品研发，丰富产品线、在提升产品核心营养、优化风味口感等方面取得显著成果，并积极参与相关行业标准的制订工作。2025 年，三元食品共有研发人员 44 人，研发投入达 10,588.25 万元。

2025 年

三元食品累计参与标准制修订项目	制定及修订国家标准	地方标准	行业标准
13 项	7 项	2 项	4 项

2025 年，公司在关键原料自主化、核心技术攻关与循证营养研究领域持续发力，系统性地构建了从供应链韧性、技术自主研发到产品创新的核心竞争力。

核心原料自主可控

面对进口原料成本高涨、供应链不稳的挑战，公司升级产线实现了原制契达干酪的自主化生产，保障了供应链安全。并利用自有奶源成功转化为黄油、干酪等关键原料，应用于再制干酪产品，大幅降低对外依赖，有效降低了配方成本，显著增强了成本控制力与市场竞争力。

关键技术攻关引领

公司系统性开展原制干酪加工与乳成分研究，从工艺优化、品质提升，形成全套技术方案，显著提高了产品得率和品质。不仅成为国内少数掌握原制与再制干酪核心技术的企业，还为新一代功能乳品创制储备了关键技术。

母婴营养循证创新

依托持续十年的大型母婴队列研究，公司积累了宝贵的生物样本与数据，构建了中国母婴营养组学数据库。研究明确了母乳关键活性成分的功能，揭示了婴幼儿肠道与代谢特征，并自主创制了具有多重健康功效的母乳源益生菌，为高端配粉与功能乳品的升级提供了坚实的科学支撑。

公司积极开展产学研合作与行业交流，通过一系列临床循证研究与精准营养项目，将前沿科技成果转化为产品力，持续为市场提供具有明确健康支撑的创新乳品。

案例：食品疾病防治与健康提升项目

2025 年，三元食品携手首都知名医院，开展临床循证研究，验证了“双倍钙牛奶”在提升骨质量、减缓骨流失方面的明确作用，为延缓绝经后骨质疏松症提供了科学的产品支持。同时，公司深入挖掘配方功能，以动物模型明确了母乳源益生菌在减肥、降脂、降尿酸、抗氧化等多方面的健康功效，直接回应了消费者对食品疾病防治与健康提升的迫切需求。

案例：学龄儿童的营养健康项目

2025 年，三元食品联合当地大学，在海南县域启动“学龄儿童营养需求调研与乳品精准定制干预”项目。项目明确了当地学龄儿童的营养健康状况，并据此定制开发了富含多种维生素与矿物质的精准乳品。该研究成果将为全国不同地域学龄儿童的营养精准定制提供重要科学依据，是科技成果服务产品创制的典型实践。

本年度，公司凭借多项前沿营养健康、质量管控方面的创新研究，接连荣获行业重要奖项，彰显科技驱动产品创新的领先实力。

三元食品 2025 年创新研发荣誉奖项

2025 年 1 月	2025 年 05 月	2025 年 10 月	2025 年 11 月	2025 年 12 月
三元食品中心实验室顺利通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）组织的现场复评审	三元食品“低温巴氏杀菌乳健康技术创新研究与应用”获得中国乳制品工业协会科学技术奖技术进步奖一等奖	三元食品“中国母婴营养健康数据”获批数据资产证书	三元食品“基于全产业链的风险分析与标准化质量安全管控体系创建及应用”获中国质量协会质量技术奖二等奖	三元食品成功获批“农业农村部健康乳品加工技术重点实验室”

知识产权保护

三元食品高度重视知识产权保护，制定并实施《知识产权管理办法》，落实了知识产权侵权应对举措，提升企业的风险防范与管理能力。截至 2025 年底，三元食品累计注册商标 1,185 个，累计获得专利授权 124 项，累计获取软件著作权 12 项。

2025 年度，公司围绕乳品安全与健康，聚焦母婴等特殊人群需求，牵头承担包括国家重点研发计划、国家自然科学基金等在内的 22 项在研项目，并新申报省部级科技项目 7 项。新申请中国发明专利 12 项、PCT¹ 专利 2 项；获授权国内外发明专利 12 项；发表 SCI² 收录论文 23 篇、EI³ 论文 8 篇、中文核心期刊论文 2 篇，不断提升市场竞争力。

¹ PCT: Patent Cooperation Treaty, 专利合作条约。

² SCI: Science Citation Index, 科学引文索引。

³ EI: Engineering Index, 工程索引。

稳保产品质量

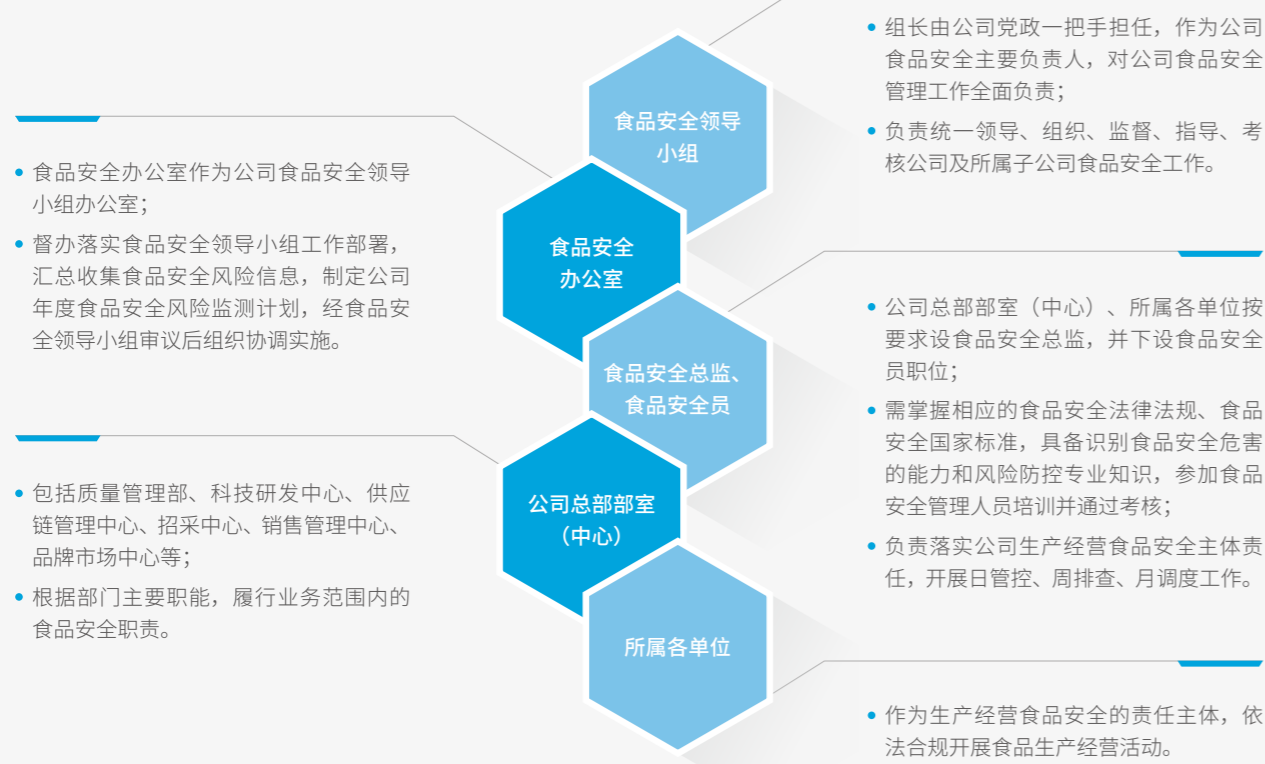
三元食品始终将产品质量安全置于企业可持续经营的关键地位，通过制度、组织与流程的系统性建设，将质量安全管控融入从源头到终端的产品全生命周期，推动质量管理体系认证，并将质量安全文化深度融入运营实践，持续提升风险防控与品质保障能力，为企业高质量发展筑牢坚实根基。

食品安全管控

三元食品遵守《食品安全法》《农产品质量安全法》《食品安全法实施条例》《食品生产许可管理办法》《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》等相关法律法规和食品安全国家标准、行业准则，结合业务运营实际，动态修订并完善《食品安全管理办法》《供应商质量安全评价管理办法》等内部制度，制定并实施《常温液体乳产品质量标准化手册》《低温产品质量标准化手册》等标准化文件，并将质量安全工作纳入生产经营规划，为各品类产品的生产操作与质量管控提供明确、可执行的指引。

公司建立了权责清晰、执行有力的食品安全管理架构，覆盖原料准入、生产加工到产品销售等全业务环节，通过设立关键控制点与严格的监督机制，实现质量风险的系统化防控。

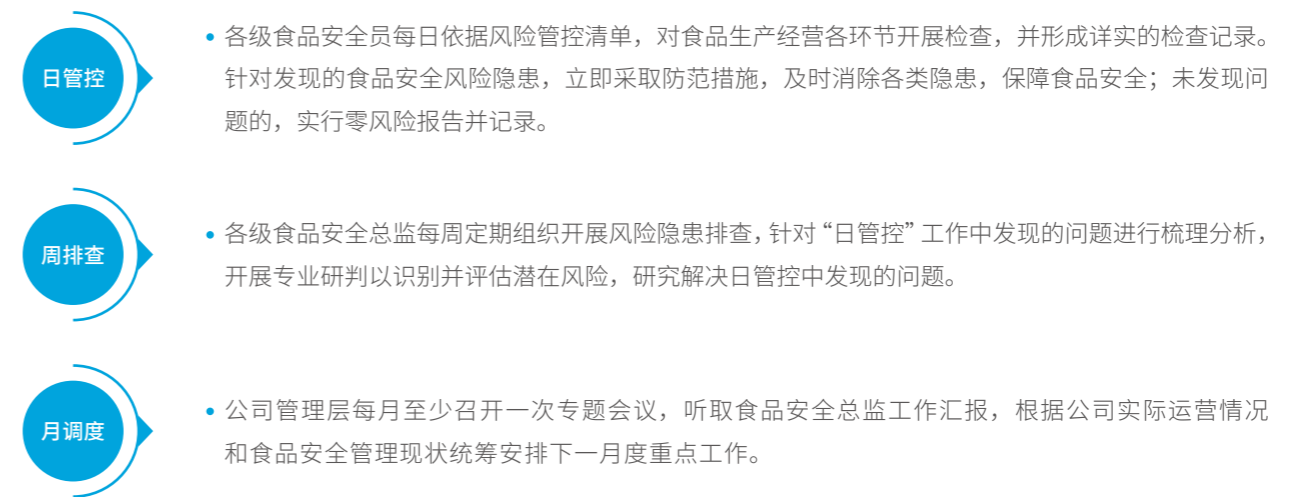
三元食品食品安全管理架构



三元食品建立并持续完善基于全产业链的风险分析与标准化质量安全管控模式，利用“源头严控+过程严管+结果严检”专业化管控措施，确保公司及所属子公司生产经营食品安全主体责任有效落实。

2025 年，公司根据风险监控结果、行业风险信息、风险监测数据等数据信息，对食品安全风险进行重新评估，制定涵盖研发设计、奶源管控、原辅料管理、包装材料管理、加工过程管理、储运管理、销售管理、售后管理 8 个环节，共 161 项动态风险指标的风险清单。我们积极落实日管控、周排查、月调度的风险控制机制，组织对较大及以上风险制定管控措施，收集食品安全前沿法规及热点问题，开展合规自查和风险排查，根据重点风险内容制定并执行风险监测计划。报告期内，公司风险监测结果已全部符合合规要求；基于全产业链的风险分析与标准化质量安全管控体系荣获 2025 年度中国质量协会质量技术奖（项目奖）二等奖。

三元食品风险控制机制



公司建立并严格执行覆盖全链条的产品质量监控体系。所有产品均按年度委托第三方机构开展国家标准全项检验，其中重点产品检验频次提升至每年两次，并根据品类特点加测多项国标外项目，确保质量安全符合并高于法规要求。

我们同步开展产品抽样风险监测，通过国家及地方监管部门的监督抽检进行结果验证与比对，并实施从原料奶、原辅料、生产过程、半成品到成品的批次检验，保证产品质量安全。2025 年，公司未发生产品质量相关重大责任事故。

产品质量保障

三元食品以推动产品高质量生产为目标，持续完善标准化体系，系统梳理质量管控关键环节，同步构建了覆盖全业务流程的质量标准化监控体系，实现从原料到成品的实时、动态质量追踪，确保各项指标持续符合高标准要求。公司建立并严格执行变更控制程序，围绕“人、机、料、法、环、检”等关键维度，对人员、设备、原材料、工艺、环境及检测方法的变更实施系统化管控，规范各类变更流程，有效预防因变更带来的质量波动，保障产品品质的稳定性与一致性，持续为市场提供安全、优质的产品。

三元食品质量安全管控流程



⁴ CNAS: China National Accreditation Service for Conformity Assessment, 中国合格评定国家认可委员会。

⁵ HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point, 危害分析和关键控制点。

⁶ GMP: Good Manufacturing Practice, 良好生产规范。

⁷ FSSC 22000: Food Safety System Certification 22000, 食品安全管理体系。

⁸ BRC: BRCGS Global Standard for Food Safety, BRCGS 食品安全全球标准。

⁹ GFSI: Global Food Safety Initiative, 全球食品安全倡议。

质量安全认证与文化建设

三元食品坚持“乳品安全与健康”的食品安全文化，坚守“诚信为本、质量立市、创新领‘鲜’”的食品安全方针，通过体系认证、培训考核、绩效评价、搭建员工沟通反馈渠道、开展供应商及服务商质量评价等方式，将食品安全文化融入员工日常工作并延伸至产业链上下游。

三元食品持续推进质量管理及食品安全认证工作。2025 年，公司继续通过 ISO 9001 质量管理体系认证，顺利完成 HACCP⁵、GMP⁶、FSSC 22000⁷、诚信管理体系等认证审核，质量管理体系认证覆盖率 100%。同时，我们鼓励公司总部及所属各单位结合自身良好实践，积极引入 BRC⁸、GFSI⁹ 等体系认证和绿色食品、有机食品等产品认证。

三元食品质量安全文化建设

建立三元智库培训和考试系统，开展《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》、GB 7718-2025《预包装食品标签通则》等新发布法规标准专项培训宣贯，每月组织食品安全总监、食品安全员等人员进行考试考核。

参加中国乳制品工业协会开展的“液体乳质量月月抽检”“主流品牌婴幼儿配方乳粉月月抽检”活动，活动为期 1 年，公司产品抽检合格率 100%。

参与国家市场监督管理总局召开的落实食品安全“两个责任”经验交流会，分享公司落实食品安全管理的实践与思考，回应有关部门“推动食品安全‘两个责任’落实常态化长效化”的要求。

案例：三元食品参与全国食品安全宣传周主场活动

2025 年 9 月，三元食品作为首都乳品行业的领军企业和“中华老字号”品牌，受邀参与国务院食安办等 28 部门及经济日报社主办，北京市食药安办、中国经济网承办的 2025 年全国食品安全宣传周主场活动。公司作为“匠心品质”主题展区的代表企业之一，与首农食品集团、义利食品等知名企业共同展示了在食品安全管控、技术创新及社会责任履行方面的最新成果。



三元食品参与全国食品安全宣传周主场活动

精进客户服务

三元食品的每一步成长都源于对消费者需求的深刻洞察与尊重。公司以责任营销为驱动力，系统构建消费者权益保障体系，持续提升产品与服务品质，通过强化客户满意度与品牌信任度，打造可持续发展的品牌价值生态。

负责任营销

三元食品始终坚守负责任的营销理念，建立覆盖品牌管理全流程的制度体系。2025 年，公司进一步优化《品牌管理办法》等内部管理制度，实施营销内容三级审核机制与广告投放追溯系统，从源头杜绝不公平营销或虚假宣传行为。系统规范媒介采购方式、审批流程及招标管理，建立标准化的媒介投放管理流程，显著提升各类媒介资源的使用效率与投放精准度。

案例：2025 年三元食品营销全链路培训赋能行动

2025 年，三元食品系统化推进营销培训全链路赋能行动，面向销售管理人员、一线业务人员、终端导购及促销人员、消费者等多元群体，全年共举办培训 70 余场，覆盖超 5,600 人次。培训内容紧密结合业务发展实际，聚焦战略落地、产品认知、销售技能、终端管理、安全规范等关键环节，分层分类精准推进。

在行销人才培养方面，公司注重打通从战略制定到区域落地的管理闭环，确保顶层设计有效传导至执行层面；在一线业务能力提升方面，围绕产品知识、销售技巧与客户沟通持续发力，帮助业务人员掌握核心竞争力；在终端执行层面，着力强化促销实战水平与门店运营管理能力，提升前端市场执行力。

全年共举办培训

70 余场

覆盖超

5,600 人次



三元食品营销培训现场

客户服务

公司严格遵守《消费者权益保护法》，深入践行“消费者主权 4.0”理念，建立系统化的消费者满意度评估与管理机制。为确保评估结果科学、客观、可比，公司每年在北京市场委托第三方专业研究机构开展持续性消费者满意度研究。2025 年，北京消费者对三元整体品牌满意度达到 91.5 分，持续保持行业领先地位。三元品牌在价格、产品包装、产品原料与成分、产品口味、功能及营养、工艺与技术、新鲜度和质量等核心维度均获得消费者高度认可，充分体现公司“以品质赢得信任”的战略成效。

为持续提升客户体验与满意度，三元食品构建了覆盖“发现—处置—反馈—预防”的客户投诉全流程管理体系。公司依托第三方全渠道舆情监测系统及自媒体交互平台，实现客诉信息的实时抓取与快速响应；一经发现相关投诉，第一时间联系消费者，并转交质量部门进行专业对接与处理，确保问题高效闭环解决。

公司同时完善售后服务管理机制，设立 4001600429 售后服务热线，并制定《售后服务热线管理规定及工作细则》，明确投诉受理标准、处理流程及响应时效，全面提升服务规范化与执行力。2025 年，公司客户投诉处理率达 100%，持续提升消费者权益保障能力。

投诉处理流程



为精准把握消费者需求变化并指导产品开发与市场策略，公司构建“内部调研 + 实地走访 + 第三方专业研究”的多维度消费者洞察体系，围绕消费者人群特征、消费场景、产品体验、价格敏感度及品牌认知等方向持续开展研究。2025 年，公司在新产品开发全周期开展深度消费者调研，提升产品与市场需求匹配度，为产品定位优化、包装沟通设计及市场推广策略制定提供有力支持。

2025 年，三元食品围绕“品牌年轻化”战略主线，创新实施双代言人分层传播策略，精准覆盖不同年龄层及圈层消费者。在品牌传播方面，公司通过文化深耕与年轻化破圈相结合，依托京味文化与经典人物形象强化情感共鸣，以及引入青年代言人焕活品牌形象，结合线下体验与社交话题提升与消费者的情感链接。公司同步构建起母子品牌联动的新媒体全平台矩阵，聚焦品牌大事件、节气节点、产品上新等关键传播节点，实现品牌声量与用户资产的双向积累。

宣贯推广

三元食品高度重视公众沟通与价值传递，持续通过多元化宣贯与推广活动，提升社会对乳品营养、健康消费及绿色发展的认知水平。三元食品积极承担行业责任，主动向社会输出权威、可信的乳品科普内容，在提升大众饮食健康意识的同时，不断增强消费者对国产乳制品的认可与信赖。

案例：三元食品科普进万家

三元食品依托其运营的首都牛奶科普馆，常态化开展“探秘牛奶生产·树立国产品质自信”主题宣传活动。企业充分运用自有产业链资源，全面展示从牧场管理、鲜奶采集到智能制造的全流程工艺，突出科技创新与品质管控亮点。通过实物展览、动态演示和互动体验等方式，帮助公众深入了解乳品安全生产过程，普及食品安全知识。科普场馆被认定为国家食物营养教育示范基地和北京市社会大课堂资源单位，年均接待参观人群超过 8 万人次。



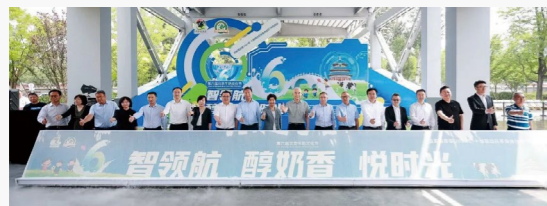
首都牛奶科普馆



案例：三元食品携手北京牛奶文化节，推动乳品科普与可持续消费

2025 年 5 月 29 日，第六届“北京牛奶文化节”在中关村上地·元中心开幕，由北京市奶业协会主办，三元食品特别支持。活动以“科技+文化+公益”融合为特色，设置品牌展销、科普讲堂、科技金融论坛及“上工厂、下乡村、进社区”系列行动，推动乳品消费与健康科普。

三元食品作为核心支持单位，积极参与品牌展销，联动老字号品牌共同打造高品质乳品与传统食品融合展示平台，促进消费活力释放。活动期间，邀请乳业专家开展科普讲堂，普及乳品知识；结合“世界牛奶日”与“国际儿童节”，组织街舞、少儿京剧等文化表演，传递健康生活理念。



第六届“北京牛奶文化节”活动现场



推进数智管理

为应对消费端需求快速迭代与渠道结构持续变革，三元食品将数字化转型作为企业战略升级的重要方向，持续加强数据驱动与技术赋能。公司构建自上而下数智化治理架构，成立由董事长、总经理领导的数字化转型领导小组及工作小组，统筹战略规划与实施。各事业部及子公司配备专业团队，强化数据安全与信息化管理，确保数智化建设合规有序推进。

公司持续完善数字化顶层设计，通过引入专业咨询机构开展系统调研，累计完成 125 次访谈，识别问题 238 项，系统梳理形成涵盖 10 大类、39 个领域、193 个能力维度的数字化能力体系，形成数字化转型战略蓝图及三年实施规划，为“十五五”期间数字化发展提供清晰路径指引。

2025 年，公司围绕“战略承接、效率提升、成本优化、基础夯实”四大主线，系统推进数字化转型。我们聚焦市场拓展、组织运营与资源保障三大维度，围绕牧场管理、生产加工、销售及日常办公运营等全业务流程，系统推进数字化升级，推动业务增长、治理升级与绿色低碳协同发展。在全流程数字化建设中，公司通过“线上+线下”双轮驱动，强化生产端与经营端的数据贯通，优化业务流程与协同机制，打造高效、安全、低耗的技术底座，为可持续发展注入强劲数字动能。

三元食品数字化转型关键行动与成效

生产加工

核心举措

- 推进质量检验与报告流转数字化管理，实现报告生成、审核、归档一体化；同步优化网络架构和核心系统部署方式，提升生产运营保障能力。

年度成效

- 总部网络传输速度提升 200%，相关运营成本下降 50%。

产品销售

核心举措

- 构建线上销售与客户运营一体化管理体系，形成覆盖小程序、移动应用、后台运营管理和数据分析的数字化运营体系；同步完善销售管理数字化支持机制，提升客户服务、订单管理和渠道管理能力。

年度成效

- 线上业务成交总额达 2.87 亿元；即时零售渠道销售占比 10.45%；终端覆盖效率提升 40%。

办公运营

核心举措

- 推进核心业务流程线上化和审批节点优化，提升流程透明度与流转效率；建设统一协同办公平台，整合沟通、审批、组织管理、培训与邮件等功能，增强跨部门协作能力。

年度成效

- 审批效率提升 30%，平均审批时长缩短至 1.6 天；内部协同效率提升 50%，跨部门沟通成本下降 35%。

02

治理

保障合规运营

三元食品始终将合规管理置于企业发展的核心地位，致力于构建权责清晰、运作规范的公司治理架构，依法合规开展信息披露工作，提升治理效能。公司坚持合规运营，定期开展内控审计、持续完善风险管理体系，严格遵守商业道德准则。我们强化信息系统管控，充分保障公司和客户的信息及隐私安全。



健全公司治理

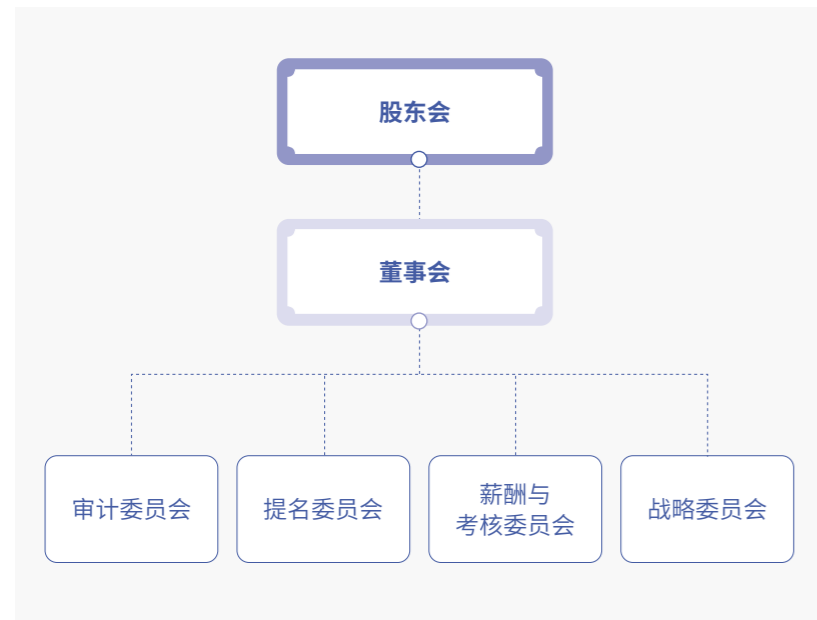
三元食品构建完善的公司治理架构，确保董事会独立性与成员多元化，持续健全信息披露机制，畅通投资者交流渠道，坚持党建在公司经营过程中的指引作用，以高水平治理引领公司高质量发展。

治理架构

三元食品严格遵守《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》《上市公司独立董事管理办法》等法律法规，制定《董事会议事规则》《总经理工作细则》《对外投资管理办法》等内部制度，于报告期内对《公司章程》等管理制度进行修订。2025 年，公司根据国家法律法规规定，结合实际运营情况取消监事会，由董事会审计委员会行使原属监事会的财务报告审核、董事及高管履职情况监督等职权，进一步完善“股东会 - 董事会 - 管理层”的“两会一层”治理架构，公司治理效率持续提升。

董事会作为公司经营决策机构，对股东会负责，每三年进行一次换届选举，下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会 4 个专门委员会。各专门委员会依照《公司章程》和董事会授权履行职责，提出科学专业的意见和建议，供董事会决策参考。

三元食品公司治理架构



公司高度重视董事会决策的独立性，明确独立董事任职资格，每年对在任独立董事独立性情况进行评估并出具专项意见。四个专业委员会中独立董事均占多数席位，并由独立董事担任审计、提名、薪酬与考核委员会召集人。同时，我们建立全部由独立董事参加的专门会议机制，在董事会审议关联交易等事项前，由独立董事专门会议事先认可，充分发挥独立董事履职决策权利，持续提升公司治理水平。

2025 年

组织召开股东会、董事会及下属委员会、独立董事专门会议等各类会议

34次

审议并通过

134项议题

公司持续优化董事会成员多元化构成，基于多个维度对董事会成员、高级管理人员进行选拔、提名与任命。

截至 2025 年末

公司共有董事	其中独立董事	占比为	女性董事	占比为
9 名	3 名	33%	1 名	11%

公司董事具备丰富的行业背景或法律、会计、经济等领域工作经验

信息披露

报告期内，公司依法履行信息披露职责，确保披露信息及时、准确、完整。公司信息披露质量良好，未发生任何信息披露差错，也未发布更正或补充公告。



投资者管理

三元食品致力于维护股东权益，严格遵循《上海证券交易所股票上市规则》等规定，积极开展投资者管理工作，履行信息披露义务，确保披露信息及时、准确、完整，有效回应投资者关切。公司通过渠道多样、形式丰富的交流活动与投资者密切沟通，2025 年共举办投资者调研 17 场，覆盖国内知名券商和机构，向资本市场传递公司投资价值。同时，我们落实常态化沟通举措，通过投资者热线、投资者信箱、上证 e 互动平台、业绩说明会等方式回应投资者问询，充分保障中小投资者权益。

案例：三元食品举办业绩说明会

2025 年 6 月，三元食品于上交所上证路演中心举办业绩说明会，围绕公司经营成果、财务状况、业务布局及未来发展规划等核心内容，与投资者进行公开沟通与交流，回应市场关切，全面展示经营情况。



三元食品业绩说明会

党建引领

公司坚持强化思想引领，以深入学习党的二十大及二十届历次全会精神，持续凝聚发展共识，扎实推动党的创新理论深入人心，见行见效。报告期内，公司党委累计召开党委会 64 次，涉及议题 300 余项，将党的领导深度嵌入公司治理各环节，保障发展方向正确稳定、决策部署落实到位。

报告期内

公司党委累计召开党委会

64 次

涉及议题

300 余项

三元食品 2025 年党建工作

党组织建设

- 公司党委严格落实民主生活会、组织生活会、“三会一课”等党内政治生活制度，严格落实基层党组织按期换届制度，加强督促指导，推动应换尽换。开展所属企业党组织书记述职评议考核，监督所属企业党组织责任落实情况。
- 公司规范推进党员发展工作，严把程序关与质量关，着力加强在基层员工、生产一线骨干中发展党员的力度。

党员教育

- 公司严格执行“第一议题”制度，抓实党委理论学习中心组学习，将深入学习党的二十大及二十届历次全会精神作为当前的首要政治任务扎实推进。2025 年，公司党委开展“第一议题”学习 64 次，党委理论学习中心组学习 14 次，涵盖学习贯彻中央八项规定精神、习近平总书记关于国有企业改革发展和党的建设的重要论述、二十届四中全会精神等内容。
- 公司积极开展党纪学习教育，2025 年，公司各级党组织开展相关学习 239 次，开展党员干部教育培训 79 次，组织观看专题片等活动 33 次，前往警示教育基地开展主题党日活动 7 次。

党建宣传

- 为维护意识形态领域安全，公司对“两微一端”平台账号进行了全年动态排查，并对所属 46 个一级账号发布的 3,000 余篇内容实施了专项意识形态审核。
- 公司着力加强正面宣传引导，在公众号平台累计推送员工稿件 300 篇，围绕春节、五一、中秋等重要节日策划专题报道。

完善合规风控

三元食品持续完善合规管理架构，强化全流程监督管控，积极开展内控审计工作。我们优化风险管理体系，定期对公司运营过程中的潜在风险进行评估并有效应对，为公司依法合规运营提供坚实保障。

合规管理

三元食品持续优化合规管理组织架构，执行各司其职、各负其责、紧密配合、协同联动的工作机制，推动合规管理体系有效运行。公司严格遵循《合规管理办法》《合规行为准则》《合规管理手册》等内部标准，围绕产品、员工、消费者、公司、商务合作、社会责任六个维度，明确三元食品及各子公司经营管理活动与员工履职行为的合规要求。推动落实重点岗位合规清单的建立，将合规要求深度融入业务运营全过程，切实筑牢合规风险防线。报告期内起草了《招标投标合规指引（试行）》《数据出境合规指引》《境外廉洁合规指引》，为重点领域合规运营提供明确指引。

三元食品合规管理架构



领导机构

党委会：全面领导并统筹推进公司合规管理工作。

董事会：作为合规管理的决策机构，对公司合规经营管理负最终责任。

总经理办公会：负责组织审核与执行合规管理基本制度，审批相关管理办法，拟定合规管理机构设置与职责方案。



综合部门

法律合规部：作为合规管理综合部门和日常管理机构，负责处理公司合规事务，落实公司合规管理工作部署及要求。



专项部门

公司总部部室(中心)：作为合规管理专项部门，承担通用合规管理职责及专项合规管理职责，并对相应专项合规领域进行归口管理。



主管部门

所属各单位：作为合规管理主责部门，负责所辖领域的日常合规管理工作，并承担本领域合规管控、风险识别、审查等相关工作的主体责任。

公司积极开展合规审查工作，落实系统构建合规审查机制、严控文档质量、完善制度体系等举措，保障公司各项经营管理活动依法、规范、高效运行。

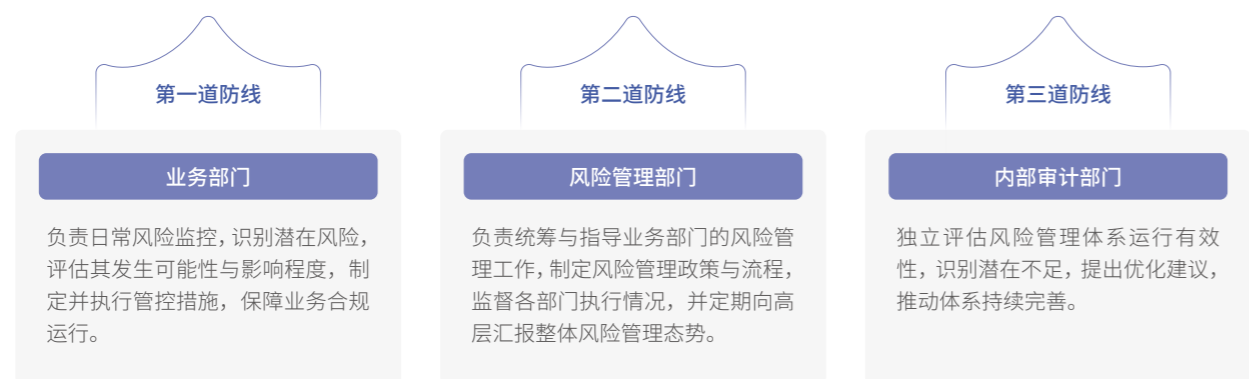
三元食品合规审查工作

合规审查咨询	建立并运行合规审查与强制咨询机制，对“三重一大”等重要事项落实合规审查，确保相关决策与行为合法合规。
文档审核	完成公司及所属各单位千余份合同、函件的审核工作，修正潜在风险条款，有效维护公司权益。
制度审核	将合规管理要求纳入公司制度体系，发布 2025 版《管理制度汇编》，夯实公司合规运营制度基础。

风险管理

三元食品严格遵循《风险评估管理办法》《违规经营投资责任追究实施办法》等内部制度，建立完善的“三道防线”风险管理机制，持续优化各层级管理职能，明确业务部门、风险管理部门和内部审计部门的具体责任，促进全面高效协同，风险管理能力有效提升。

三元食品风险管理“三道防线”



2025 年，公司推进覆盖全公司的风险管理评估与应对工作，识别与公司经营相关的 5 类风险，包括战略风险、市场风险、财务风险、运营风险、法律及合规风险。公司对识别出的风险进行综合调研分析，确定 2025 年度风险排序，制定具体风险应对措施，有效管理相关风险。

公司成立由审计部牵头的“5+N”大监督检查工作组，全面开展内部监督工作。报告期内，我们累计完成各类审计项目 30 项，覆盖经济责任、内部控制、绩效考核、投资管理的关键领域，发现问题并提出改进建议 44 条，问题综合整改率达 95%，完善制度 76 件，有效防范经营风险。

恪守商业道德

三元食品恪守商业道德要求，构建完善的反腐败制度体系，持续优化反腐败举报与反馈机制，常态化开展廉洁文化宣贯及培训，明确反不正当竞争要求，打造清正廉洁与公平竞争的经营环境。

反贪腐

三元食品严格遵循《刑法》《监察法》等法律法规，将廉洁要求纳入《合规行为准则》，明确禁止任何形式的贪污腐败、商业贿赂及利益输送等行为。

公司已建立标准化的反腐败举报与反馈流程，面向员工、供应商及客户等利益相关方保持公开透明。各方可通过指定电子邮箱等渠道，就公司运营中可能存在的违规或疑似违法违纪行为进行实名、匿名举报或咨询。我们对举报人身份及举报信息予以严格保密，严禁任何泄露行为，并坚决杜绝针对举报人的打击报复，切实保障举报人的合法权益与人身安全。

三元食品投诉举报渠道

合规咨询邮箱 heguizixun@sanyuan.com.cn	合规举报邮箱 heguijubao@sanyuan.com.cn
--	--

公司坚守廉洁诚信的企业文化，严格遵循年度合规培训规划与党风廉政建设要求，定期开展反腐败专项培训与廉洁理念宣贯，常态化深化反腐倡廉教育。报告期内，公司组织反腐败培训 33 次，培训时长共计 132 小时，管理层培训覆盖率 100%，内容涵盖旁听案件庭审、参观警示教育基地及观看违纪违法干部警示录、忏悔录、警示教育片等。同时，我们开展关键岗位、重要节点廉洁谈话，转发廉洁提醒文件，推送廉洁提醒海报，落实廉洁过节要求，广大干部及职工的廉洁自律意识显著增强，塑造了风清气正的良好生态。

报告期内

公司组织反腐败培训	培训时长共计
33 次	132 小时



参观“全面从严治党”警示教育基地



案例：三元食品召开警示教育大会

2025 年 8 月，三元食品组织召开警示教育大会，覆盖公司领导班子、中层管理人员和各级党政负责人、党员干部 200 余人。会议系统传达并贯彻落实党纪学习教育的精神主旨，积极倡导崇廉尚洁、风清气正的组织氛围，引导各级干部牢固树立敬畏戒惧之心，坚守行为底线，夯实廉洁从业思想根基，助力公司巩固反腐倡廉工作成效。



三元食品召开警示教育大会

反不正当竞争

三元食品恪守《反不正当竞争法》等法律法规，严格遵循《合规行为准则》《合规管理手册》等公司内部制度要求，坚决反对涉及虚假宣传、垄断、欺诈及侵犯商业秘密或其他保密信息等不正当竞争行为，充分维护公平、公开、诚信的经营生态。同时，公司持续提升主动维权力度，及时对竞争对手违反商标权、不当得利等危害公平竞争的行为提起诉讼，保障公司合法权益。

2025 年

公司 **未发生**

因不正当竞争导致的重大诉讼或重大行政处罚



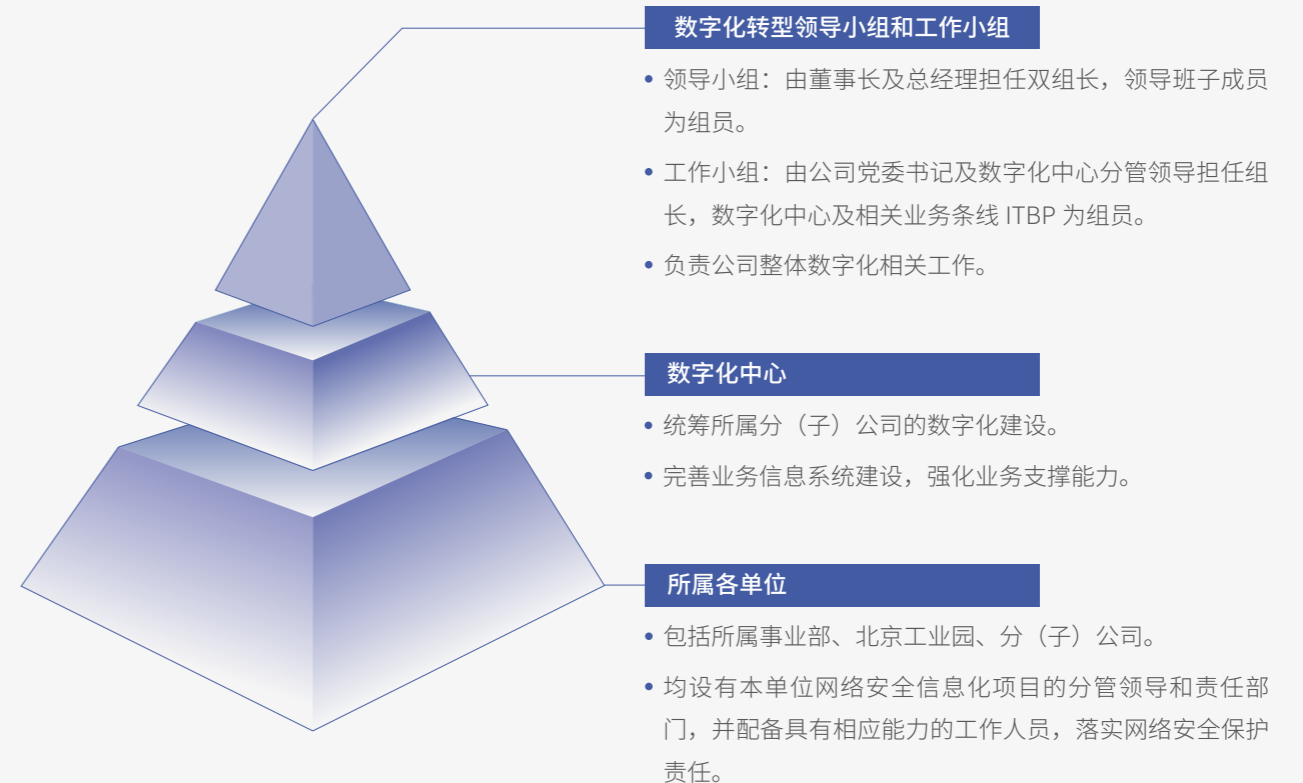
保障数据安全

三元食品持续完善信息安全制度体系与管理架构，优化信息安全管理举措，通过内外部审计、渗透测试、应急演练和培训宣贯等方式有效提升公司信息安全管理能力和员工责任意识，切实保障客户个人隐私，维护公司与客户的信息安全与合法权益。

信息安全

三元食品恪守《网络安全法》等法律法规，严格遵循《网络安全管理办法》《信息化项目管理办法》《软件正版化工作管理办法》《IT 基础设施运行维护管理办法》《电子办公设备管理办法》等内部管理规定。公司已构建权责清晰的信息安全管理架构，明确各单元主体责任，推动信息安全管理工作有效落实。

三元食品信息安全管理架构



公司积极开展信息安全内、外部审计和认证工作，确保信息系统合规性与安全性同步提升。2025 年，公司已开展覆盖公司全部组织体系的年度 IT 审计工作，其中包括信息安全方面专项审计，充分回应监管要求。同时，公司聘请专业第三方检测机构，对涉及专有信息存储、传输与处理的关键信息系统，如会员系统、电商中台系统等开展了全面的网络安全等级保护测评，测评结果合格。报告期内，公司已完成部分系统的网络安全等级保护三级和二级认证。

报告期内

公司 未发生

信息安全违法及违规事件，未涉及相关金额



2025 年三元食品信息安全管理工作的

渗透测试

- 邀请第三方专业公司对 2 套信息系统的网络安全风险进行渗透测试评估，经测评合格并获得风险评估报告。

信息安全防护工具升级

- 购买深信服终端安全软件、McAfee SAV 套件、防火墙设备等安全设备及正版终端杀毒软件授权，升级网络安全设备特征库，采购并部署 IPV6 设备，信息系统和网络环境的安全性、可靠性显著提升。

启用信创邮箱

- 启用信创邮箱，解决原系统邮件收发异常问题，内部办公协同效率提升 50%，跨部门沟通成本降低 35%，进一步保障并提升日常办公的安全性。

三元食品持续深化信息安全文化宣贯，全面加强全体员工的信息安全风险防范意识与主动防护能力。公司依据上市公司 IT 审计与财务内控制度相关要求，结合各单位实际业务情况，面向各相关部门室全体员工系统开展信息系统流程管控、规范操作及信息安全专项培训。同时，为防范盗版软件的潜在安全隐患，我们开展软件正版化检查工作培训，形成自觉使用正版软件，实时关注信息安全风险因素的良好氛围。

案例：三元食品开展 ERP 服务器数据恢复应急演练

2025 年，三元食品组织开展 ERP 服务器数据恢复信息安全应急演练，有效检验了数据恢复流程的可靠性，验证了 ERP 存储数据的完整性，并全面评估了相关组织与人员在系统恢复、数据恢复及数据校验等方面的实战能力，强化突发情况下的应急指挥与协调效率，确保应急响应工作的高效、有序开展。同时，我们通过演练对预案执行中的经验与不足进行总结，为后续完善应急预案、提升整体应急管理水平奠定了实践基础。

隐私保护

三元食品重视客户隐私权利保护，在《网络安全管理办法》中明确规定了客户信息与交易数据的全流程管理要求，建立覆盖收集、保存、使用、删除等信息安全管理全生命周期的个人信息保护机制，有效保护客户隐私。

2025 年

公司 未发生

个人信息泄露事件

亦 无涉及

侵犯客户隐私引发的相关投诉



03

社会 增进社会福祉

三元食品在保障员工权益、构建可持续供应链、推动社会公益三大领域系统践行企业社会责任。公司通过完善的雇佣体系支持员工成长，将ESG理念深度融入供应链管理，借助公益捐赠、消费帮扶等方式回馈社会，致力于与各方共创长期价值。



助力人才成长

三元食品坚信，人才是企业持续前行的根本动力。我们严格遵循合规雇佣原则，不断健全员工培训与成长体系，全面落实多元化关爱措施，致力于构建一个健康、安全的工作氛围，实现企业与员工的协同进步与和谐发展。

合规雇佣

三元食品严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，制定并实施《员工招聘、录用、离职管理办法》《人事档案管理办法》等内部制度，确保员工雇佣全流程的合法、公正与公开。

公司坚定维护每一位员工的基本权利，倡导相互尊重、平等协作的职场文化，严禁使用童工、强迫劳动，并坚决抵制工作场所中的欺凌、骚扰及一切歧视行为。我们对于职场性骚扰采取“零容忍”政策，致力于消除基于性别、年龄、民族、信仰、国籍、婚姻状况、残障等因素的任何不公对待。报告期内，公司未收到涉及雇佣童工、强迫劳动或职场歧视的相关投诉或申诉。2025 年，公司荣获 2025 年中国人才管理卓越典范奖。



2025 年中国人才管理卓越典范奖

公司持续完善人才引进体系，建立公开、公平的选聘机制，不断优化人才队伍结构。2025 年，我们通过线下校园双选会、线上招聘平台及企业官方渠道等多种方式开展校园招聘。

案例：开展校企合作与人才招募

2025 年，三元食品与清华大学、北京大学、东北农业大学、江南大学等多所高校深化合作，通过举办校园宣讲会、组织复试评估及参与双选会，有效招募了契合公司未来发展需求的应届毕业生。同时，我们积极履行社会责任，专设通道接收安置退役士兵，并推出暑期实习生计划，为在校学生提供早期实践平台。



江南大学校园宣讲会



北京大学校园宣讲会

员工发展

三元食品致力于完善薪酬与绩效管理体系，持续打造具备优秀职业素养与专业能力的人才梯队。公司构建了系统化的员工培训与发展机制，为员工的职业成长提供全面支持与能力提升。

薪酬绩效管理

三元食品严格遵守《社会保险、公积金、企业年金管理办法》《薪酬管理办法》等内部规定，坚持以战略、绩效、市场为导向，在总额可控、合法合规的基础上，推行职位与薪酬等级一体化管理，进一步规范薪酬结构，优化薪酬管理体系，提升薪酬的市场竞争力和人才吸引力，为吸引和留住关键人才、激发员工积极性和创造力提供有力支撑。公司依法与所有正式员工签订劳动合同，并按规定为其缴纳社会保险。

2025 年

公司共缴纳员工社保

2.17 亿元

社保覆盖率

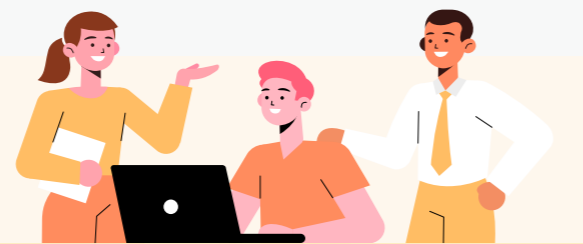
100%

2025 年，三元食品在《总部绩效考核管理办法》的指引下，持续优化绩效管理体系，对公司总部员工实施“初评+复评”的双层评议机制，针对不同岗位按季度与年度设定差异化的考核指标及权重。绩效考核结果划分为五个等级，并采取强制分布法进行评定，每个等级对应相应的绩效系数。公司进一步拓宽绩效考核结果的应用范围，将其与薪酬调整、职位晋升、岗位调配、培训发展及年终绩效奖金发放等环节紧密结合。通过将员工个人绩效与组织战略目标深度关联，公司实现人才发展、资源配置与企业整体目标的高度统一。

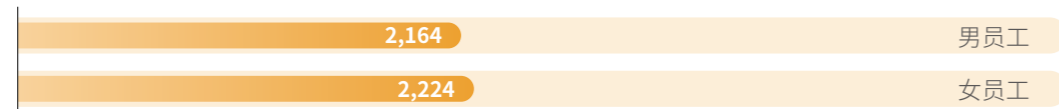
三元食品员工雇佣情况

员工总人数

4,388 人



按性别划分的员工人数



按年龄划分的员工人数



按雇员类型划分的员工人数



* 仅境内合同工

人才队伍培养

三元食品高度重视人才队伍的专业能力建设，致力于构建结构优化、能力匹配的人才梯队，以实现员工成长与企业发展的协同共进。公司基于战略目标与员工职业发展需求，不断完善涵盖“选拔、任用、培养、留用”各环节的联动机制，着力培养一支储备充分、结构清晰、能力扎实的人才队伍，积极营造健康可持续的人才发展生态。

案例：2024 届第二期极致新生与青年训练营

2025 年 7 月，三元食品举办“聚势赋能·共铸极致”青年人才训练营，精准赋能 70 名“极致新生”与“极致青年”。培训紧扣业务实战，通过一线课题调研、标杆企业参访及高管授课，强化学员的实战能力与战略视野；特设“领导夜话”促进干群沟通，凝聚发展共识。



“聚势赋能·共铸极致”极致训练营

案例：2025 届第一期极致新生与青年训练营

2025 年，三元食品以“逐光启航·共铸极致”为主题，成功举办 2025 届第一期极致新生与青年训练营。公司紧密围绕“人才强企”战略，通过思政锤炼、专业授课、实战走访及团队协作等多种形式，对 76 名青年骨干进行培养，提升学员的综合素养与团队凝聚力，夯实公司青年人才梯队。



极致新生与青年训练营合影

案例：“先锋所向·锐不可当”极致先锋销售人才训练营

2025 年 11 月，三元食品举办“先锋所向·锐不可当”极致先锋销售人才训练营，聚焦销售实战能力提升。培训组织学员深入终端门店走访调研，并系统学习零售动销知识与销售管理核心课程，有效夯实了团队一线作战技能。结营仪式上，公司创新推行高管导师制，聘任多位高管担任长期导师，建立跟踪带教机制。



“先锋所向·锐不可当”极致先锋销售人才训练营

2025 年，公司积极开展外部人才荣誉推选工作，共向北京市推荐 1 人入围中国工程院院士增选有效候选人，推荐 2 人参选全市科技创新干部人才库，推荐 1 人参评北京市青年优秀工程师；1 人荣获“北京老字号工匠”称号，6 人获评亦庄经开区优秀人才。张双技能大师工作室在市级绩效考核中获评优秀，并成功入选国家级大师工作室，人才引领支撑作用更加凸显。

员工培训

公司构建了覆盖生产、营销与职能三大板块的复合型培训体系，采取线下集中授课与线上平台自主学习相结合的方式，为各层级员工定制差异化、精准化的学习方案，有效提升人才能力。

2025 年

公司共培训	参与培训员工共	培训总投入达	员工培训覆盖率
4,757 人	30,125 人次	200.39 万元	100%

三元食品员工培训情况

指标名称	单位	2025 年	
按性别划分的受训雇员百分比	男员工	%	100
	女员工	%	100
按雇员类型划分的受训雇员百分比	管理层（高层）员工	%	100
	中层员工	%	100
	普通员工	%	100

员工关怀

三元食品坚持以员工为中心的理念，为员工提供全面的关爱与支持。公司通过系统化的保障体系和精心组织的各类活动，积极营造和谐、温暖的职场氛围。

员工关爱

公司重视员工关怀，围绕“健康幸福”行动，持续打造“家文化”品牌，依托工会、职工之家与员工沟通平台构建的立体化诉求响应与帮扶体系，并开展专项健康培训，切实提升职工的归属感和幸福感。2025 年，公司组织开展了面向女员工的“两癌”筛查与特疾保险，并针对特定群体实施“冬送温暖、夏送清凉”慰问行动。同时，持续落实温暖基金、互助救济、医疗互助等员工生活保障计划，切实为员工工作与生活提供支持。

案例：营销精英特训营

2025 年，三元食品举办营销精英特训营，组织各事业部相关骨干 30 人参训。培训聚焦渠道营销组织、规划与风控等核心议题，采用理论讲授、案例剖析与实战演练相结合的方式开展，并由外部专家进行专项指导与课后定制化辅导。



营销精英特训营

案例：乳品加工与检验培训

2025 年，三元食品成功举办首都职工教育培训示范点特色培训项目——“乳品加工与检验”。培训面向北京工业园 32 名青年员工，分两期开展线下教学。课程内容涵盖乳品专业知识、质量管理体系、实操技能及行业精神培育等多个模块，采用理论结合实操、案例解析与现场演示相融合的教学方式，由公司资深内训师全程授课。培训严格执行开班、考核、结业的全流程管理机制，有效保障教学质量。



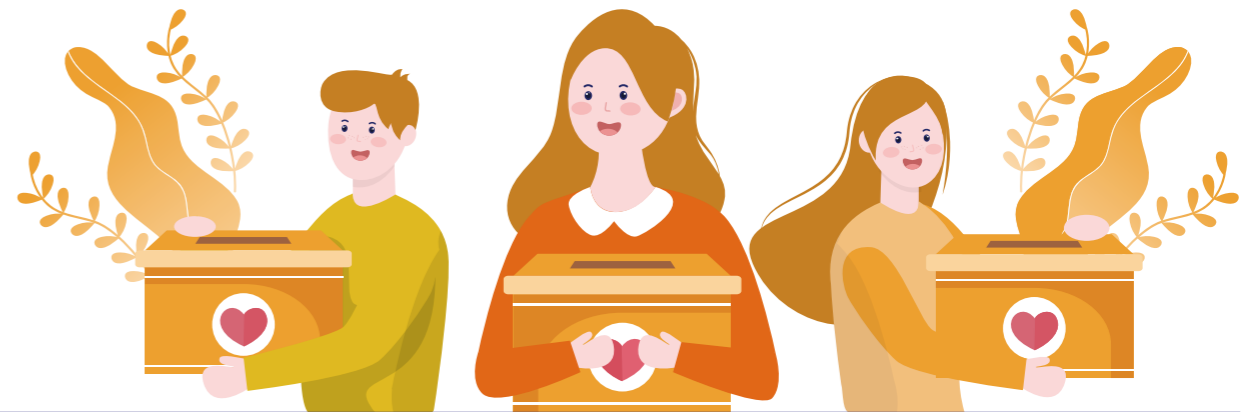
乳品加工与检验培训

案例：“心系员工温暖同行”员工关爱日活动

2025 年 9 月，三元食品通过为入职周年及当月生日的员工举办集体庆生活动，有效营造了温馨包容的组织氛围，增强了员工的归属感与团队凝聚力。



“心系员工温暖同行”员工关爱日活动



案例：“送温暖”专项慰问

2025 年，公司聚焦高温及一线作业岗位员工实施专项慰问，累计投入资金约 185 万元，惠及员工超过 1 万人次，切实保障员工职业健康与工作条件。

累计投入资金约

185 万元

惠及员工超过

1 万人次



三元燕山开展“送温暖”慰问活动



北京工业园生产一线开展“送温暖”慰问活动



河北三元开展“送温暖”慰问活动



员工活动

公司围绕“文化润心、体育健身、心理疏导”三大维度，构建职工精神文化普惠服务体系。在文体活动方面，公司组织职工篮球、职工乒乓球、健步走等多样化赛事，同时策划开展了“爱在三元，携手同心”外埠优秀职工总部行等特色文化活动。公司通过常态化的活动组织，有效增强团队凝聚力，丰富员工精神文化生活，提升员工的归属感与幸福感。

案例：“篮动青春 新鲜启航”职工篮球赛

2025 年，三元食品举办“篮动青春 新鲜启航”职工篮球赛，为员工提供了展示活力、锻炼体魄的平台，在竞技与合作中增强了集体凝聚力与企业文化认同。



“篮动青春 新鲜启航”三元食品职工篮球赛

案例：“爱在三元，携手同心”外埠优秀职工总部行

2025 年，三元食品组织开展“爱在三元，携手同心”外埠优秀职工总部行活动，邀请近百名来自全国各地的优秀一线员工代表前往公司总部进行参观交流。通过实地走访、座谈分享、文化体验等形式，有效加深了外埠员工对企业战略、文化及发展成果的理解与认同，增强了组织的内部凝聚力与员工的归属感。



“爱在三元，携手同心”外埠优秀职工总部行

员工权益

三元食品严格遵守《中国工会章程》《工会法》《企业工会工作条例》等法律法规，并依据国际公认原则，制定了《员工行为准则》《员工手册》等内部管理规定，持续完善“职代会、集体协商、劳动保护”三位一体的职工利益诉求服务体系。同时，2025 年，公司持续落实集体合同制度，工会代表员工与公司管理层就薪酬、工时、休假、劳动安全、保险福利等事项开展平等协商，集体合同覆盖 100% 签订劳动合同的职工。

公司继续完善以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，保障职工的知情权、参与权、表达权和监督权。2025 年，公司召开公司级职工代表大会 4 次，总部职工代表大会 1 次，审议并通过了荣誉人选评选、职工董事选举、重大改革方案等涉及职工切身利益的重要事项。职工代表覆盖了管理、技术、生产等各层级员工，确保了民主管理的广泛性和代表性。同时，报告期内，公司组织实施了《工作环境满意度调查问卷》抽样调研。问卷内容涵盖食堂、环境卫生、职业病防治、上下班时间、安全管理、人际关系等 19 项与员工工作体验密切相关的维度，三元食品总部职能部门及在京二级单位共 155 名员工参与调研，问卷有效回收率达 100%。调研结果显示，员工整体工作环境满意度为 85%。

公司定期组织员工沟通交流活动，通过代表巡视、专题座谈、思想动态调研等形式，深入了解员工诉求，并对员工关注的问题给予积极回应。同时，综合运用集体协商、劳动争议调解等多种机制，确保沟通渠道的持续畅通与有效运行。

2025 年



公司召开第五届第四次职工代表大会暨年度表彰大会

健康安全

三元食品严格遵守《安全生产法》与《职业病防治法》等国家法律法规，并对包括《安全生产责任制管理办法》《危险作业安全管理办法》《较大危险因素生产经营场所、设备设施安全管理办法》在内的一系列安全生产管理制度进行了全面修订与完善。针对职业健康与安全，公司构建了完整的安全生产责任体系，成立了安全生产委员会，由党委书记与总经理共同担任主任，全面管理与指导公司的职业健康与安全保障工作。公司设有安全环保部，作为专职安全管理机构，并已配备充足的专业安全管理人员。

为提升全员对职业安全的关注度，公司将安全目标纳入相关管理层及一线员工的绩效考核体系。同时，公司定期接受并组织实施 ISO 45001 职业健康安全管理体系审核、安全生产标准化评审以及其他第三方监督评估。针对审核中发现的问题，公司及时对存在职业健康危害的设施进行改造，并组织相关岗位人员参加专项健康检查。在本报告期内，三元食品旗下 5 家工厂已取得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证。公司累计有 10 家单位完成安全生产标准化达标认证，其中包括 4 家二级达标单位与 6 家三级达标单位。



安全生产标准化认证证书

安全管控

三元食品贯彻“党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责”及“三管三必须”的安全生产原则，全面落实全员安全生产责任制。2025 年，公司总经理与各部门、分子公司负责人签署《安全稳定目标责任书》，明确安全目标与职责，签约覆盖率达 100%。公司将安全生产责任逐级落实至基层一线，报告期内累计签订安全环保责任书 2,997 份，并在特种作业、交通运输、消防安全等重点领域签订专项责任书 1,034 份，切实推动安全责任落实到岗、到人。

为强化安全风险防控，公司持续开展安全生产隐患大排查大整治行动，全年组织检查 1,602 次，累计消除安全隐患 1,384 处，有效防范重特大事故发生，保障安全生产形势持续稳定。同时，公司定期对生产经营场所及设备设施开展安全检测，确保作业环境合规、设备运行安全可靠。

在承包商安全管理方面，公司通过签署《中央空调维修保养安全协议书》《生态农场项目施工安全责任协议书》《办公楼设备设施维修安全协议书》等文件，实现全流程、全周期的安全生产覆盖。

2025 年



安全宣贯

公司重视安全生产理念的宣传与贯彻，通过开展年度生产大培训、全员安全与职业健康培训、消防大比武等活动，并结合“安全生产月”“119 消防宣传月”“全国交通安全日”等主题宣传，持续提升员工风险防范意识与应急处置能力。同时，公司稳步推进安全生产治本攻坚三年行动，持续强化安全发展理念，严守安全红线，系统推进重大安全风险管控与事故隐患治理。2025 年，公司全年累计开展各类安全教育培训 317 场，参训人员达 14,157 人次。

案例：开展从业人员安全培训

北京工业园开展为期 5 天的从业人员安全教育培训，参训达 1,100 余人。



从业人员安全培训现场

案例：开展安全应急演练

2025 年，三元食品围绕消防安全、生产安全与环境风险防控，组织开展了消防安全大比武、“一警六员”消防技能实操实训、液氨泄漏应急处置、抢险防汛、锅炉房天然气泄漏及有限空间应急救援等各类演练共计 134 场次，累计参与员工达 8,237 人次。



应急演练现场

案例：“守护生命·‘救’在身边”急救能力提升专项培训

2025 年，三元食品组织开展“守护生命·‘救’在身边”急救能力提升专项培训，提升员工应对突发事件和意外伤害的自救互救能力，营造“人人懂急救、人人敢施救”的安全文化氛围。



“守护生命·‘救’在身边”急救能力提升专项培训

三元食品职业健康与安全情况

指标名称	单位	2025 年
员工因工死亡比率	%	0
百万工时工伤事故率	%	1.03
工伤保险、安全生产责任险员工覆盖率	%	100
工伤保险、安全生产责任险投入总额	万元	138.58
员工职业健康体检覆盖率	%	100
安全培训覆盖率	%	100
应急演练次数	次	134
应急演练参与总人次	人次	8,237

践行责任采购

三元食品以“质量立市，诚信为本”的理念为基础，积极构建可持续的供应链体系，将负责任采购与供应商协同发展作为企业长期战略的重要组成部分。

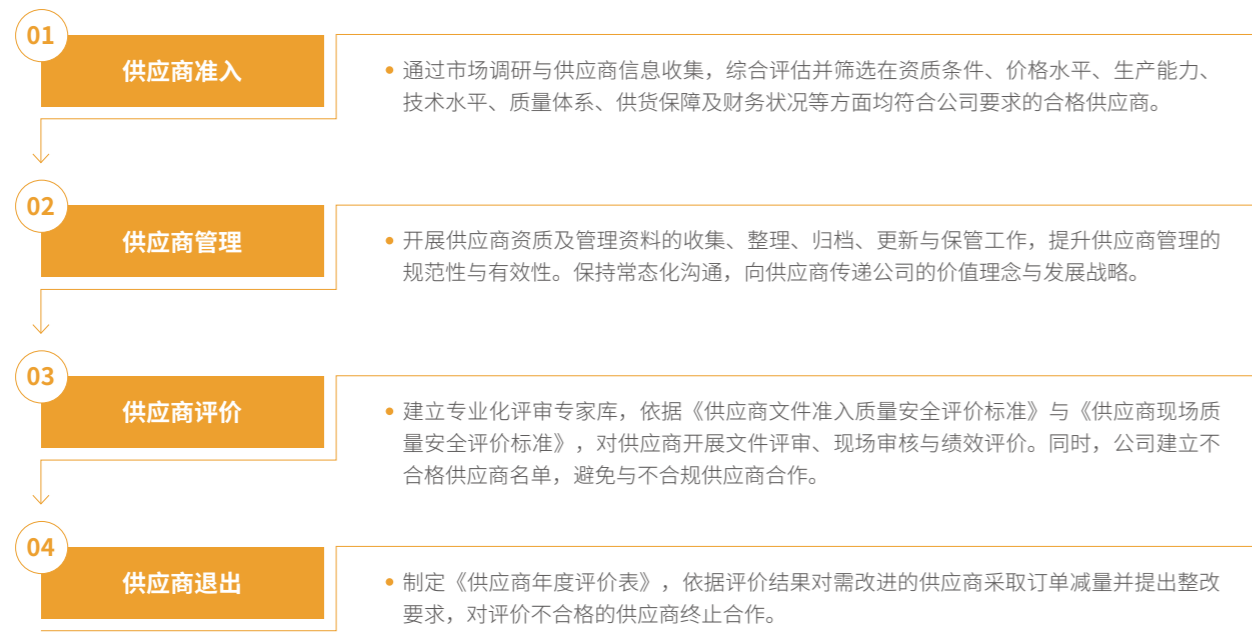
为系统提升供应商管理水平，公司制定并实施《货物及服务采购管理办法》《生产性物资采购管理办法》《生产性物资供应商管理办法》《工程项目采购管理办法》等一系列管理制度，明确要求供应商在资质合规、商业信誉、履约能力及产品质量等方面满足严格标准，为国家法律法规、行业规范及合同条款的全面遵守提供制度保障，持续增强供应链的稳定性与可持续发展能力。

供应商管理

公司持续推动采购管理体系的创新与升级，在产品从源头到终端的全过程中贯彻严格的质量管控，并特别加强对供应链上游的预防性管理，在根本上保障了原材料与辅料的安全与品质。

在供应商管理方面，公司围绕供应商准入、管理、评价及退出四个核心环节，建立起覆盖供应商全生命周期的系统性管控框架，致力于构建科学、完整的采购全流程管理体系，不断提升供应链的整体质量与稳定运行水平。

生产性物资供应商管理流程



三元食品 2025 年生产性物资供应商数量

类别	单位	2025 年数据
大陆供应商	家	274
境外（包括港澳台地区）供应商	家	1

2025 年，公司持续推进采购体系的数字化、透明化转型，推动非生产性物资全面上线京东慧采平台实施集中采购，有效降低成本、提升效率，实现采购全过程可追溯、数据可沉淀，进一步强化供应链风险管控能力。

公司建立了“统一管理、分级负责”的奶源管理模式。总部通过制定统一的政策、标准与监督考核体系，实现对所有奶源工作的统筹管理；各级运营单位则依据制度规定，分级落实具体的管理职责并承担责任。2025 年，公司实施《奶源管理办法》《生牛乳验收标准》，依据质量管理与食品安全体系的要求，对奶源管理全过程进行监督与审核，保障奶源安全与品质可控。报告期内，公司已与所有奶源供应商签署《数量质量承诺书》。

三元食品按地区划分的奶源供应商数量

指标名称	单位	2025 年
大陆供应商	家	111
境外（包括港澳台地区）供应商	家	0

供应商 ESG 管理

三元食品持续推进可持续供应链管理体系建设，将食品安全、环境保护、农业可持续、动物福利与员工健康安全等要素纳入供应商选择的基本准则。同时，公司将供应链 ESG 管理要求融入招标文件编制与绩效评估等关键流程，通过评估调查和定期走访的方式对供应商的原辅料质量、环境表现、社会责任履行及企业信用状况进行系统评估与识别。

供应商质量管理

三元食品在供应商质量管理中秉持严格的准入与持续评价机制。截至报告期末，公司绝大多数合作供应商均已取得 ISO 9001、FSSC 22000、BRC¹⁰ 等至少一项权威质量管理体系认证，从源头上为产品品质提供可靠支撑。

为系统性筑牢质量安全防线，公司每年对所有新增及在库合格供应商实施全面的质量绩效评估，确保其生产与管理水平持续满足公司发展要求。同时，基于上一年度供应商在质量与安全领域的实际表现，结合行业动态与风险研判，公司会针对高风险原辅材料制定专门的年度供应商评价方案，覆盖从加工、储运到检测的全链条环节，实现对上游物料质量状况的实时监控与精准管理，从源头杜绝安全隐患。

2025 年，公司依据《供应商质量安全评价管理办法》要求，对生产性物料供应商进行质量评价。评价审核内容包括基础管理、管理体系、源头管理、过程控制、检验检测、仓储物流、虫害控制、标识可追溯与应急、社会责任等方面。报告期内，我们共完成 47 家供应商质量评价工作，派出内部专家成员 94 人次，未出现重大不符合项。

¹⁰ BRC: British Retail Consortium, 英国零售商协会。

2025 年

公司共有通过有机奶源认证牧场

3 ↑



获得中国良好农业规范 (ChinaGAP) 一级认证证书牧场共

13 ↑



三元食品通过各类认证的生产性物资供应商数量

指标名称	单位	2025 年
通过 ISO 9001 体系认证的供应商数量	家	260
通过 FSSC 22000 体系认证的供应商数量	家	117
通过其他体系认证的供应商数量	家	29

可持续原材料

三元食品始终坚持从源头践行绿色采购，构建了系统化的兽药残留检测流程，并对原材料产地实施严格的追溯管理，形成了贯穿前端的全流程品控采购机制。在供应商与原材料选择中，公司优先采购获得可持续性认证的产品，并积极同遵守高标准动物福利规范的合作方开展业务，以切实行动推动食品产业向绿色、可持续方向转型。

兽药管控

三元食品持续强化兽药使用管控，致力于全面保障动物源食品的安全与优质，积极促进养殖生态健康稳定，确保产品品质始终符合高标准要求。

兽药管控体系建设

- 建立系统化的兽药管理机制，对牧场所用兽药实行目录备案管理，并指派专人定期巡查、核验用药记录，确保兽药使用全程可追溯。

生鲜乳兽药检测

- 乳品加工厂在接收生鲜乳时严格执行兽药残留检测，如发现异常立即启动追溯机制并及时落实整改。



采购闭环管理

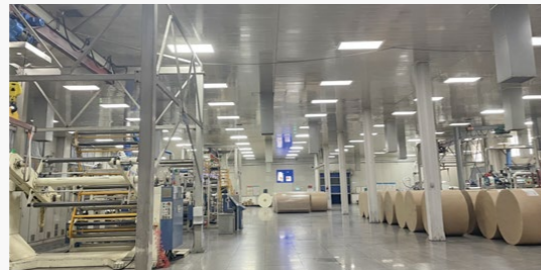
- 在采购环节实施集中统一管理，要求牧场按备案目录规范采购，每月上报兽药采购明细，并在牧场留存完整使用记录，实现兽药从采购到使用的闭环可追溯，有效防控抗生素残留对牧场及环境的影响，降低耐药性风险。

人员培训管理

- 依托集团内部养殖业务在育种、饲养、饲料、兽药及疫病防控等全链条的技术积累，组织首农畜牧与社会合作牧场开展专项交流与培训，提升合作牧场综合管理水平，从源头保障产品质量与食品安全。

案例：公司对供应商开展专项质量提升走访

2025 年，公司针对包装供应商开展了专项质量提升走访活动，走访重点关注供应商在原料管控、生产过程、质量检验等环节的执行情况，并通过现场交流与审核，推动其进一步强化质量意识、完善管理体系。



走访现场图片

供应商环境管理

三元食品高度关注产业链各环节对环境的影响，并将供应商的环境管理水平纳入合作评估的关键因素。公司明确要求，供应商生产单位必须完成环境影响评价并通过验收，且在日常运营中严格执行国家与地方颁布的各项环保法规、政策和标准。在建立合作关系前，供应商需向公司提交环评报告或验收文件，证明其生产活动符合环保规范。合作期间，公司将持续跟踪供应商的环保合规表现，确保其环境管理成效得到长期保持。

供应商反腐败管理

三元食品在采购业务中致力于构建清正廉洁的合作氛围，坚决反对并杜绝任何形式的腐败行为。公司在与供应商签订的入围协议中，明确设置了反商业贿赂合规条款，清晰约定双方在廉洁合作方面的责任与义务，严格禁止商业贿赂及一切不正当竞争行为。若供应商存在通过商业贿赂或其他不当手段与公司人员建立联系的情形，公司将立即终止与该供应商的合作关系。

此外，公司开设了专门的供应商廉洁监督举报邮箱，并对举报信息采取严格的保密措施，鼓励供应商积极抵制并举报采购环节中可能存在的违规行为。2025 年，公司与全体供应商完成了《避免商业贿赂承诺书》的签署，覆盖率达到 100%，全年未出现任何违反公司商业道德准则的供应商。



棕榈油

三元食品积极倡导可持续采购，致力于避免因棕榈油过度开发而对生态环境与生物多样性造成影响，推动棕榈油产业链的可持续发展。2025 年，公司采购的棕榈油已全部通过可持续棕榈油圆桌倡议组织（RSPO）认证，实现可持续来源全覆盖。

木材

三元食品贯彻绿色采购理念，在木材及相关制品采购中优先选用带有森林管理委员会（FSC）认证标志的产品，引导消费者关注环保，支持可持续包装。2025 年，公司产品内包装所用原纸供应商中，已有 7 家获得 FSC 森林认证。

包材

三元食品在产品开发中坚持全生命周期管理理念，在包装材料的选择上优先使用可降解、可循环再生的环境友好型材料，从源头上减少包装废弃物带来的环境影响。公司持续推动包装设计的优化与创新，通过优化结构、材料高效利用等方式，不断提升包装的资源效率与环境表现。

案例：走访包装供应商并开展专项质量交流

2025 年，公司组织质量、采购及生产等相关业务部门负责人走访软包装供应商，聚焦乳制品包装材料的安全性、工艺合规性与质量稳定性，就材料选型、生产过程控制、质量检测及供应链风险防控等议题进行深入交流与现场审核。通过走访，明确了包装质量提升的关键环节与协同改进方向，强化了供应商在食品安全与可持续发展方面的责任意识。



走访交流现场

三元食品包装材料消耗量

指标名称	单位	2025 年
塑料	吨	7,348
纸	吨	50,489
金属	吨	295
玻璃	吨	3,421

兽药 / 抗生素管控

三元食品规范公开招标、牧场采购、标准化治疗与弃奶期管理等环节。通过制度执行与标准化操作，公司在保障生鲜乳质量安全的同时，推进兽用抗菌药减量化使用。截至 2025 年底，已有 5 个牧场获评“北京市兽用抗菌药使用减量化达标养殖场”。

动物福利

三元食品全面践行动物福利，将关怀理念融入养殖全过程，致力于在每一环节保障奶牛健康，从而提供高品质奶源。公司全面推广由首农畜牧创新研发并荣获北京市管理创新一等奖、国家管理创新二等奖的“EDTM¹¹”养殖技术体系。在该体系的“环境（Environment）”维度，公司从牧场选址、规划到牛舍设计，均充分结合奶牛生理与行为特点，通过科学调控通风、排水、温湿度等条件，为奶牛创造适宜、自然的生活环境，有效减少应激反应，切实提升动物福利水平，践行可持续畜牧业发展理念。



¹¹ EDTM 体系：E（Environment）奶牛环境控制，D（Data）奶牛生产数字化管理，T（TMR）全混合日粮营养调控技术，M（Management）奶牛生产标准化管理体系。

深耕公益慈善

三元食品通过开展体系化的公益项目与聚焦乡村振兴的精准行动，持续助力社区发展、民生改善与乡村建设，推动企业与社会的协调发展，共创可持续的美好未来。

共筑公益未来

三元食品将社会责任全面融入企业发展战略，以体系化、可持续的公益模式，持续投身于推动教育公平、开展社区关爱、参与应急救灾等事业，以实际行动履行国企责任，致力于让每一滴牛奶传递出温暖健康中国的民生关怀。2025 年，三元食品公益捐赠总额为 351.18 万元。

案例：以匠心品质，守护阅兵盛典

在 2025 年纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年阅兵活动中，三元食品作为首都国企，承担了训练基地乳制品及阅兵餐包酸奶的全方位供应保障工作。公司以最高标准组织专项团队，通过定制富含钙锌的营养牛奶、建立“每周一菜”试吃反馈机制，精准满足受阅官兵高强度训练需求；同时，实施专人专车、全程监控的闭环物流与严格质量管控，确保数百吨产品安全及时送达，实现了供应“零失误”，并获得联勤保障部队致谢表彰，以匠心品质与可靠服务，全面履行了重大国事活动中的食品安全保障责任与企业社会责任。



保障活动证书

案例：与世界山地跑选手共赴高远

三元食品积极支持各项体育赛事，将企业责任与健康生活方式相结合。2025 年，公司作为官方特别支持品牌，深度参与了在中国崇礼首次举办的 WMRA 山地跑世界杯亚洲首站赛事及崇礼 168 超级越野赛。通过为世界级选手与广大越野跑爱好者提供高品质的“三元极致 A2β- 酪蛋白纯牛奶”作为营养补给，公司以全产业链的品控能力，为高强度运动提供了安全可靠的营养支持。



WMRA 山地跑世界杯现场

案例：三元食品以“三专一优”机制护航重大活动与会议乳制品供应

三元食品在承接重大活动及重要会议乳制品供应保障任务期间，制定并持续优化《供应保障方案》《应急预案》及《工作流程》，通过召开专题部署会议细化责任分工，严格落实“专人、专库、专车”闭环管理机制，以最高标准、最佳状态，全方位、全身心投入。

案例：向贵州三都县灾区捐赠万余件乳制品

2025 年，贵州省黔东南州遭遇特大暴雨洪涝灾害，三元食品第一时间通过中国妇女发展基金会启动应急响应，向受灾严重的三都县定向捐赠 7,000 箱纯牛奶及 3,960 罐婴幼儿配方奶粉，为灾区群众及特殊群体提供精准营养支持。面对交通中断等困难，公司迅速打通物流通道，确保物资及时送达，以实际行动践行民族乳企在灾害救援中的社会责任，助力当地灾后恢复与民生保障。



物资运输准备现场

赋能乡村振兴

三元食品围绕乡村全面振兴目标，制定《乡村振兴年度工作计划》，形成以产业带动为核心、营养普惠为基础、多元协同为支撑的特色帮扶机制，全方位服务农业农村现代化建设。

在推动乡村产业振兴方面，公司充分发挥首农食品集团旗下养殖业务的布局优势，在全国多省市建设并运营超过 30 个自有奶源基地。通过持续扩大奶源基地规模，深化种养循环模式，促进产业园协同发展，公司有效助力农村一二三产业融合发展。牧场经营为当地种植、养殖等相关领域创造了大量就业岗位，并通过开展专业技能培训，支持农牧民提升职业能力，为其可持续发展提供支撑。2025 年，三元食品持续深化消费帮扶工作，依托工会与食堂等内部采购渠道积极履行社会责任。全年累计采购总额达 109.04 万元，其中通过受援地区及其他帮扶渠道采购消费帮扶产品 39.6 万元，占采购总额的 36.31%。公司以实际采购行动推动“消费助农、履职尽责”与企业日常运营有机融合，切实为巩固脱贫攻坚成果、助力乡村振兴贡献力量。

04

环境

绿色低碳未来

三元食品秉持生态文明理念，积极应对气候变化挑战，优化资源高效利用，实施严格排放管控，我们通过系统化环境管理与技术创新，持续降低环境足迹，推动企业绿色低碳转型，共建可持续发展未来。



应对气候变化

三元食品深入贯彻落实国家“双碳”战略部署，基于气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架，从治理、战略、风险管理及指标与目标四大维度系统推进气候变化管理工作，持续提升公司识别、评估及应对气候相关风险与机遇的能力，增强企业长期发展韧性。





气候变化治理

三元食品构建分层分级、职责明确的气候治理体系。董事会对气候相关重大事项进行监督与决策，定期审议气候风险与机遇识别结果及应对措施；管理层负责统筹推进气候战略实施，将气候因素纳入年度经营计划及重大投资决策。公司将气候相关风险与机遇嵌入企业整体战略及风险管理体系，通过跨部门协同机制推动气候政策落地，持续提升公司气候适应能力与经营韧性。

气候变化策略

三元食品严格遵循《中共中央 国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》，结合行业特点与自身发展阶段，制定中长期低碳发展路径，稳步推进绿色转型。

三元食品绿色低碳转型举措

- 
资源循环利用 | 构建闭环式资源管理体系，提升废弃物资源化率
- 
能效系统优化 | 推进能源管理数字化平台建设，降低单位产出能耗
- 
园区低碳改造 | 努力打造智慧能源管控系统，建设可再生能源应用示范
- 
绿色物流网络 | 优化运输结构，发展多式联运，减少物流碳足迹

公司从短期（1-3 年）、中期（3-10 年）和长期（10 年以上）三个时间维度识别气候相关风险与机遇。同时，我们参考 IPCC 第六次评估报告中的共享社会经济发展路径（SSPs），选取 SSP1-2.6（低排放情景）和 SSP5-8.5（高排放情景）作为物理风险情景分析框架；同时，采用国际能源署（IEA）的净零排放情景（NZE）和既定政策情景（STEPS），评估能源需求与能源结构对公司长期发展的战略影响。

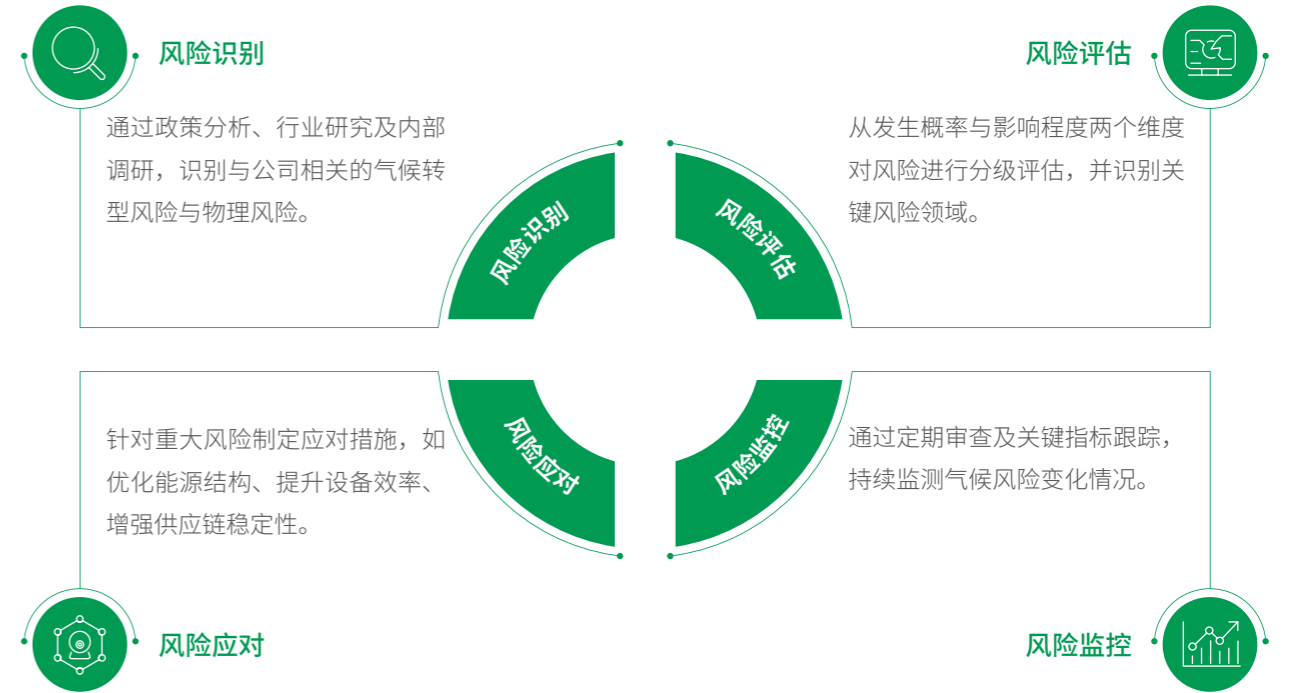
三元食品气候相关风险及机遇

风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	影响时间范围	潜在财务影响	应对措施	
物理风险	急性风险	洪水、极寒等极端天气可能会破坏工厂设施，影响正常生产运营	短、中期	<ul style="list-style-type: none"> 设备维修成本 生产中断损失 库存物资损失 订单交付延迟 	<ul style="list-style-type: none"> 成立专门的应急管理组织，并制定全面的洪水、极端天气应急预案 建立抗洪防涝系统，确保在洪水发生时能够迅速排水，减少水淹的风险 配置备用供电线路、备用发电设备，在极端高温天气下确保生产环境所需电能供应
	慢性风险	平均温度上升导致的高温可能造成员工中暑风险，影响生产效率	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 防暑降温成本 人力成本上升 产能利用率下降 	<ul style="list-style-type: none"> 制定高温应急预案，加强员工的防暑降温措施，提供充足的清凉饮用水、防晒用品和休息场所
转型风险	政策风险	在国家“双碳”目标的推动下，监管机构对企业的碳排放信息披露标准不断提高，同时也对企业的碳减排表现提出更高要求	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 合规披露成本 融资成本上升 	<ul style="list-style-type: none"> 面对监管机构对环境数据披露准确性的要求提高，加强公司内部环境数据的管理和监控 结合国家能源结构转变的趋势，推进公司内部的温室气体排放及能源使用管理策略实施
	市场风险	消费者环保意识逐渐增强，对环保低碳产品的偏好日趋明显	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 产品研发投入 品牌维护成本 市场份额下降 	<ul style="list-style-type: none"> 加强公司绿色、环保的品牌形象塑造，以符合市场需求的变化 加强供应链的绿色管理，确保从原材料采购到产品销售的整个过程都符合环保要求 制定针对环保消费者的营销策略，如开展绿色促销活动、参与环保活动等，以吸引更多环保意识较强的消费者
	技术风险	政府广泛倡导并实施财政补贴、税收优惠、技术推广等措施，以激励技术改进和创新，推动向低碳、高效的经济体系过渡	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 技术升级投入 清洁能源成本 	<ul style="list-style-type: none"> 加大在清洁能源和低碳技术方面的投入，推动技术创新 积极与政府部门沟通合作，了解政策走向和规划，争取获得更多的政策支持

风险 / 机遇	风险 / 机遇描述	影响时间范围	潜在财务影响	应对措施
转型风险 声誉风险	<ul style="list-style-type: none"> 无法满足利益相关方对公司气候变化应对方面的期待，造成公司声誉损害、影响市场竞争力 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 品牌价值损失 融资成本上升 人才吸引力下降 	<ul style="list-style-type: none"> 公司高级管理层加强对气候变化风险的管理和监督，健全环境管理体系 加强与公众、投资者和利益相关方的沟通
资源效率	<ul style="list-style-type: none"> 通过全面提升生产流程、分销网络、设备装置和运输体系的资源利用效率，实现运营成本的显著降低 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 能源成本下降 水资源费用降低 原材料利用率提升 运营利润率提高 	<ul style="list-style-type: none"> 实施智能制造系统升级，优化生产流程能耗 优化冷链物流路径规划，降低运输碳排放 推广循环水处理技术，减少污水处理成本 建立能耗实时监控平台，提升资源利用效率
低碳产品	<ul style="list-style-type: none"> 消费者对环保、健康食品的需求增长，推动开发利用低碳、可回收包装产品，在行业绿色转型中占据领先地位 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 绿色溢价收入 市场份额扩大 品牌价值提升 	<ul style="list-style-type: none"> 研发可降解乳品包装材料，替代传统塑料 推出“碳足迹认证”产品线，提升产品溢价 建立绿色产品认证体系
机遇 清洁能源	<ul style="list-style-type: none"> 能源消耗主要来自加工和冷链，转向可再生能源在能源结构上获得超越行业的优势 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 电费长期节约 碳交易收益 政府补贴收入 能源结构优化 	<ul style="list-style-type: none"> 屋顶光伏发电项目建设，自发自用降低电费 热泵系统替代燃煤锅炉，减少碳排放 参与碳排放权交易 采用能源合同管理（PPA）模式
新兴市场	<ul style="list-style-type: none"> 积极开拓新市场，将公司绿色产品的竞争力多元化展现 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 多元化收入 	<ul style="list-style-type: none"> 布局植物基饮品与功能性乳品两大健康赛道，构建多元化产品矩阵，满足消费者对健康的进阶需求
适应力	<ul style="list-style-type: none"> 公司提升并发挥优于行业的适应能力，提升市场竞争力 	中、长期	<ul style="list-style-type: none"> 融资成本降低 市值增长 	<ul style="list-style-type: none"> 建立气候情景分析机制，识别气候风险 完善供应链韧性管理，保障原材料供应 实施数字化风险预警系统，提升应急响应

气候风险管理

公司已建立与整体风险管理体系相融合的气候风险管理流程，主要包括识别、评估、应对与监控四个环节：



气候目标与指标

三元食品积极响应国家“双碳”战略，持续推进温室气体排放管理与节能降碳工作。公司已建立温室气体排放核算机制，逐步完善范围一、范围二及范围三数据统计体系。目前，北京工业园已通过碳中和认证，公司整体单位产值能耗呈持续下降趋势。



碳中和证书

三元食品温室气体排放总量及密度¹²

指标名称	单位	2025 年数据
范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量	49,621.06
范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量	67,548.84
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	117,169.90
温室气体排放密度	吨二氧化碳当量 / 人民币万元（产值）	0.18

¹² 根据国家发展和改革委员会《工业其他行业企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》、政府间气候变化专门委员会（IPCC）《2006 年 IPCC 国家温室气体列表指南》及全国电网排放因子计算。

强化环境管理

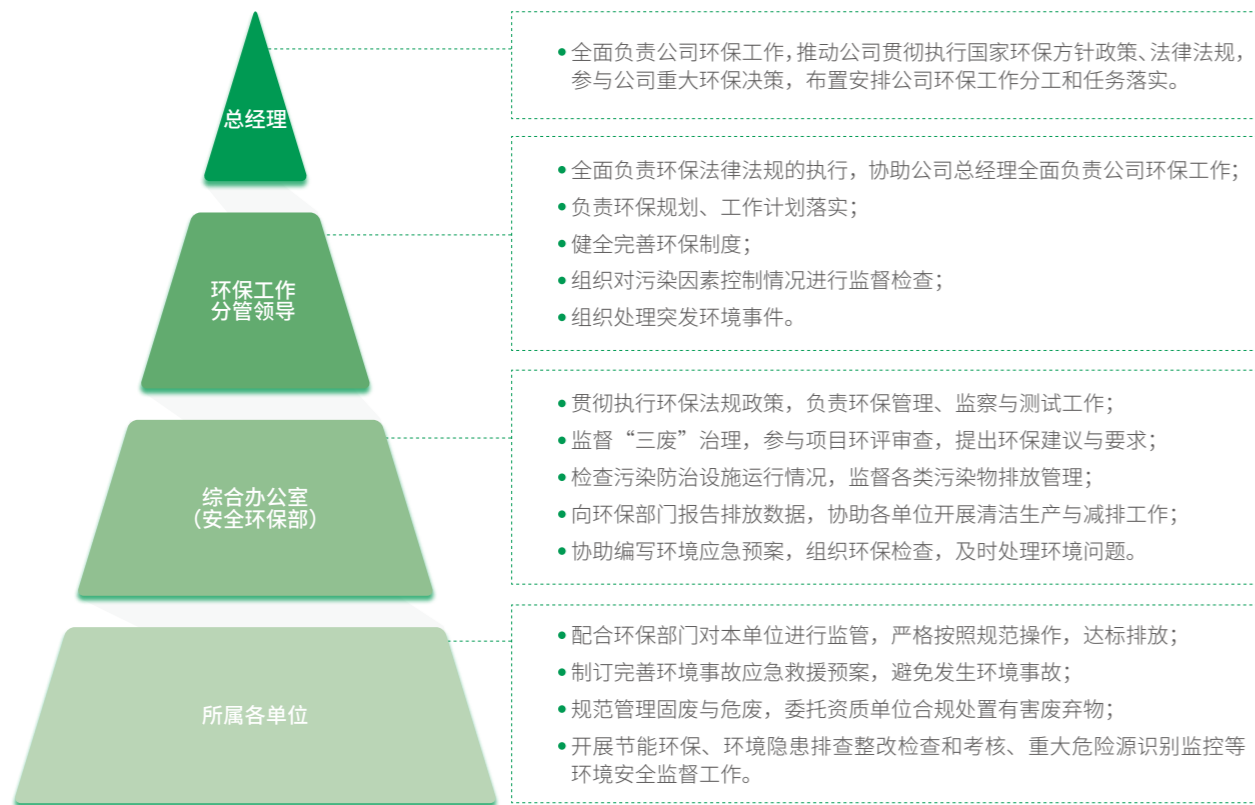
三元食品坚持绿色低碳发展理念，持续完善系统化环境管理体系，通过精细化能源管控、水资源循环利用及生态保护实践，协同推进节能降耗与资源高效利用，积极降低生产经营对生态的影响，促进企业发展与自然环境和谐共生。

环境管理体系

三元食品将环境保护作为公司可持续发展的重要基石，严格遵循《环境保护法》，持续修订《环境保护管理办法》并制定《环境因素识别与评价程序》，持续提升环境管理能力。为强化环境风险防控能力，公司制定《突发环境污染事件应急预案》，建立覆盖事前预防、事中响应与事后整改的闭环管理机制，全面提升环境应急处置与隐患治理水平。

公司构建职责清晰、运行有效的环境管理组织架构，完善环境管理责任体系，明确管理边界与工作流程，强化部门协同、过程监督和结果考核，持续提升环境管理水平。

三元食品环境管理组织架构及职责



2025 年，公司聚焦重点污染源治理与能效提升，累计投入环保资金 803.79 万元，系统推进污水处理系统提标改造、油烟与废气治理工程、废气与废水在线监测系统升级以及制冷站节能改造等重点项目，持续提升环境风险防控能力和精细化环境管理水平。

公司建立健全环境管理目标体系，围绕能耗、水耗、气耗等关键指标设定量化目标，并通过全过程监控与动态管理，确保各项环境绩效目标全面达成。报告期内，公司未发生任何环境处罚事件。

能源及资源管理

三元食品坚持绿色低碳发展理念，构建系统化能源与水资源管理体系，通过精细化管控与循环利用，实现节能降耗与水资源高效利用，助力可持续发展。

能源管理

三元食品严格遵循《节约能源法》，建立健全能源管理制度体系，制定并实施《能源、资源控制程序》，构建系统化、规范化的能源管理体系。围绕关键耗能环节，公司建立能源定额标准并实施动态监控与考核，定期开展能源审计，识别节能潜力并推动改进措施落地。2025 年，公司持续通过 ISO 50001 能源管理体系再认证，能源管理能力稳步提升。



三元食品能源管理体系认证证书

三元食品节能举措

能源管理运行

- 持续完善能源统计、计量监测及日常管理机制，强化用能过程管控与异常快速响应能力
- 积极跟踪行业节能技术发展，推广应用节能新工艺、新设备与新材料

节能技术与工艺优化

- 通过优化巴氏杀菌工艺，将杀菌温度调整至 72°C，在保障产品品质的同时有效降低蒸汽消耗，实现节能减排协同效益
- 为全部燃气锅炉配套安装余热回收装置，并强化蒸汽使用环节的协同管控，有效减少能源损失

节能改造项目

- 持续推进既有，包括淘汰高耗能电机和变压器、实施低氮燃烧器改造、推动燃气锅炉向电加热替代
- 引入余热回收与冷凝水回用系统、开展系统性节水改造，不断提升资源利用效率与绿色运营水平
- 2025 年，三元食品节能降碳改造项目投入 299.94 万元，持续加大绿色转型投入力度

清洁能源应用

- 已在 5 家工厂建成总装机容量 1.37 万千瓦的光伏发电项目，进一步提升清洁能源使用比例
- 持续推动绿色电力使用，逐步提升绿电采购比例，目前已有 2 家加工厂使用绿色电力

三元食品通过多元化节能培训，持续提升全员节能环保意识与专业能力，针对不同岗位开展差异化培训，并采用线上线下一融合模式提升培训实效。同时，公司通过宣传栏及内部媒体开展常态化节能环保宣传，并结合“世界环境日”“地球一小时”“节能宣传周”等主题活动，推动节能减排理念有效落地。

三元食品能源消耗量

2025 年



水资源管理

三元食品严格遵守《水法》，制定并实施《水控制程序》《乳制品用水定额》等制度，持续优化用水效率，推动水资源的可持续利用。2025 年，公司总耗水量为 333.11 万吨。

公司建立健全水资源精细化管理体系，通过强化用水设施管控、优化生产工艺流程、实施科学节水计划，推动水资源高效利用。2025 年，公司设定并达成产品单位水耗目标，系统提升水资源利用效率，实现可持续用水。

三元食品水资源管控要求

- 坚持节约优先原则，严禁间接冷却水直排及长流水等浪费行为，强化用水源头管控
- 定期开展用水设施与管道的巡检与维护，及时排查并消除“跑、冒、滴、漏”等用水浪费隐患
- 持续优化生产工艺，加大循环水系统建设力度，提升水资源重复利用率，实现用水效率最大化
- 设备部门基于年度用水数据，科学制定节水技术改进方案，并明确下一年度节水目标与实施计划
- 推行科学用水管理，强化过程监控与绩效考核，确保节水目标有效落地

三元食品水资源节约举措

中水回用系统

- 厂区绿地灌溉已全面采用中水，并严格落实雨污分流措施
- 通过管路改造实现中水与自来水系统独立运行，回收中水用于污水处理厂压泥机

洗瓶工艺节水改造

- 增设自来水缓冲罐及加压泵，对洗瓶循环系统进行升级改造，实现水资源高效循环利用

中水分质利用体系

- 改造污水处理站管路，隔离中水与自来水系统，确保回收中水专供压泥机使用

冷凝水余热回收

- 各加工车间将生产过程中的蒸汽冷凝水全部回收，重新回用于锅炉系统，在节约用水的同时，实现了余热资源的有效利用

生态保护

三元食品坚持生态优先、绿色发展理念，将生态保护要求融入原材料采购、生产运营及供应链管理全过程，持续降低经营活动对自然环境的影响。公司在采购环节优先选用通过可持续认证的原材料，并推动供应商加强环境管理，提升产业链绿色发展水平。

在上游养殖环节，公司依托首农畜牧体系推进生态环境治理。首农畜牧围绕农业绿色发展与“双碳”目标，将粪污资源化利用作为生态保护的重要抓手，构建覆盖“收集—处理—转化—利用”的全流程管理体系，推动养殖废弃物由“污染源”向“资源”的转变。公司重点从减排控制、源头治理及资源循环等方面推进生态保护举措：

减排与环境改善

在重点区域应用喷淋除臭等技术手段，降低氨气、硫化氢等污染物排放，改善牧场及周边生态环境质量

推进沼气收集与净化利用，将养殖废弃物转化为清洁能源，用于牧场生产生活，实现温室气体减排与能源替代的协同效应

源头控制

通过优化饲料营养结构，提高饲料转化效率，从源头减少污染物产生量，并结合自动化清理设备应用，降低养殖过程中的环境负荷，提升整体清洁生产水平

资源循环与生态协同

积极推动粪肥还田利用，与周边种植业建立协同机制，将处理后的有机肥用于农田施用，促进土壤改良与地力提升，增强土壤碳汇能力，形成种养结合的生态循环模式

公司在上游养殖环节推进生态治理的同时，也将生态保护理念延伸至供应链与产品端，通过推进资源节约、污染物减排及循环利用等措施，持续减少对生态环境的影响。围绕包装材料、棕榈油等重点品类，公司积极优选 FSC、RSPO 等可持续认证产品，支持森林资源保护与自然生态维护，助力生物多样性保护和生态系统稳定。可持续采购详见[可持续原材料](#)小节。

严守合规排放

三元食品持续推进污染物排放全过程管控，通过系统化治理废水、废气、固体废物及噪声，全面提升环境管理水平与合规表现，推动企业绿色低碳发展。

废气排放管理

三元食品严格遵循《大气污染防治法》及属地大气污染物排放标准，制定并实施《大气污染控制程序》，构建覆盖“源头防控—过程监管—末端治理”的全流程管理体系，不断提升大气污染防治能力与精细化管理水平。

2025 年，公司持续推进生产设施环保升级改造，围绕锅炉低氮改造、园区废气综合管控及移动源排放管理等重点领域开展专项治理，有效降低主要大气污染物排放强度，进一步夯实环境合规基础。

锅炉废气治理

- **低氮改造：**下属工厂所有燃气锅炉均加装低氮燃烧器，有效降低氮氧化物排放。
- **在线监测：**20 吨级以上及重点管控燃气锅炉全部安装废气排放在线监测系统，实时传输数据至环保部门监管平台。

园区废气管控

- 工业园区均采用天然气清洁能源锅炉，配套建设废气在线监测系统，确保排放持续达标。

移动源管理

- 公司所属车辆均通过年度尾气检测。

三元食品废气排放量

指标名称	单位	2025 年数据
废气排放总量	万立方米	22,315.55
SO ₂ 排放量	吨	0.64
NO _x 排放量	吨	6.63
烟尘排放量	吨	1.81

废水排放管理

三元食品严格遵循《水污染防治法》《城镇排水与污水处理条例》等相关法律法规要求，持续完善废水管理制度体系，制定并实施《水控制程序》。公司所有生产基地均配套建设专业污水处理设施，确保废水排放稳定达到属地排放标准。

2025 年，公司持续推进污水处理设施升级改造，通过优化处理工艺、更新在线监测设备等措施，不断提升废水处理效率。同时，公司下属所有重点排放工厂均已配备污水在线监测系统，并实现与属地环保监管平台联网，推动废水排放数据实时监控与全过程动态管控。

三元食品废水排放量

指标名称	单位	2025 年数据
废水排放总量	万吨	319.38
COD 排放量	吨	134.95
BOD 排放量	吨	0.74
氨氮排放量	吨	5.75

废弃物排放管理

三元食品严格遵循《固体废物污染环境防治法》，系统构建覆盖固体废物全生命周期的环境管理体系，制定并实施《固体废物控制程序》，推动实现从源头减量、分类收集、规范贮存到专业处置的全过程闭环管理。

公司设立专职监管部门，统筹团固废与危废管理，指导各生产单位按标准建设危险废物专用仓库，配备专职管理人员及智能监控系统。在处置环节，公司与具备资质的第三方机构建立长期合作，通过签订长期处置协议、实施运输处置全过程监管，确保危险废物 100% 合规处置。2025 年，公司危险废物合规处置率达 100%，切实履行企业环境责任。

三元食品废弃物排放量

指标名称	单位	2025 年数据
危险废物排放量	吨	40.78
一般废弃物排放量	吨	6,996.26

噪声管理

三元食品严格遵守《环境噪声污染防治法》，系统建立并持续完善噪声环境管理体系，制定并实施《噪声控制程序》，实现对噪声排放的全过程、分级化管控，确保厂界噪声持续稳定达标。

三元食品噪声管理举措



设备升级改造与淘汰

逐步淘汰高噪声压缩机、泵类等设备，优先选用低噪声型号，从源头降低噪声产生

工程隔音与空间隔离

在重点噪声源设备旁加装隔音板，关键设备间配置隔音棉与隔音门，实施厂房隔音改造及专业隔音屏障建设，有效阻断噪声传播路径



施工噪声与作业时段管理

严格执行建筑施工噪声防控方案，科学规划高噪声作业时段，减少对周边环境的扰动

实时监控与合规验证

建立厂界噪声在线监测系统，定期委托第三方检测机构开展合规性监测，实现“监测—分析—整改—验证”闭环管理



2025 年，公司通过系统性降噪措施，保证噪音排放低于国家噪音排放标准，有效缓解生产活动对周边社区的环境影响，切实履行企业环境责任。

《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）》索引

维度	序号	议题	对应条款	所在报告位置
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	应对气候变化
	2	污染物排放	第三十条	严守合规排放
	3	废弃物处理	第三十一条	严守合规排放
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	强化环境管理
	5	环境合规管理	第三十三条	强化环境管理
	6	能源利用	第三十五条	强化环境管理
	7	水资源利用	第三十六条	强化环境管理
	8	循环经济	第三十七条	强化环境管理
社会	9	乡村振兴	第三十九条	深耕公益慈善
	10	社会贡献	第四十条	深耕公益慈善
	11	创新驱动	第四十二条	领航产品创新
	12	科技伦理	第四十三条	不涉及
	13	供应链安全	第四十五条	践行责任采购
	14	平等对待中小企业	第四十六条	践行责任采购
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	稳保产品质量 精进客户服务
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	保障数据安全
可持续发展相关治理	17	员工	第五十条	助力人才成长
	18	尽职调查	第五十二条	完善合规风控
	19	利益相关方沟通	第五十三条	利益相关方沟通
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	恪守商业道德
	21	反不正当竞争	第五十六条	恪守商业道德

读者意见反馈

尊敬的读者，您好：

非常感谢您阅读公司《2025 年环境、社会及治理（ESG）报告》。我们非常关注您对报告的意见，为推动公司在环境、社会、治理方面的工作提升与改善，请您对本报告提出意见和建议并反馈给我们，以便我们对报告持续改进。

1. 您对本报告的总体评价如何？

好 较好 一般 差

2. 您认为本报告所披露的信息、数据的清晰度、准确性、完整度如何？

好 较好 一般 差

3. 您认为本报告反映本公司所承担的环境责任的全面性如何？

好 较好 一般 差

4. 您认为本报告反映本公司所承担的社会责任的全面性如何？

好 较好 一般 差

5. 您认为本报告反映本公司所承担的治理责任的全面性如何？

好 较好 一般 差

6. 您认为本报告的设计、排版效果是否方便阅读？

好 较好 一般 差

7. 您认为本报告中最为需要改进的内容是什么？

环境 社会 治理 安全 员工 供应链

8. 您希望了解但未在本报告中披露的内容有：

9. 您对本公司环境、社会及治理工作和报告编制的意见和建议：



北京三元食品股份有限公司

地址：北京市大兴区瀛海瀛昌街8号

电话：(010) 56306666；(010) 56306655