

新希望乳业

新鲜一代的选择

以“鲜”为美

“质”领未来

2024年度 可持续发展报告

2024 SUSTAINABILITY REPORT



关于本报告

报告信息说明

本报告是新希望乳业股份有限公司（以下简称“新乳业”、“新希望乳业”、“公司”、“我们”）发布的第5份可持续发展报告/企业社会责任报告。报告阐述了公司可持续发展理念和政策以及2024年在环境保护、社会责任、公司治理等方面做出的努力，回应利益相关方的期望与关切。

时间范围

本报告时间跨度为2024年1月1日至2024年12月31日，为保持信息的连续性，对部分内容进行了回溯和延展。所涉及信息来源于公司内部数据以及公开资料。

组织范围

本报告的组织范围涵盖新希望乳业股份有限公司及其下属成员企业的所有经营行为，并与公司年报所披露的范围保持一致。

参考标准

- 全球可持续发展标准委员会 (GSSB) 发布的《GRI通用标准 (2021版)》
- 深圳证券交易所发布的《上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告 (试行)》《上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》
- 气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 发布的《气候相关财务信息披露工作组建议报告》
- 联合国“全球契约”十项原则
- 联合国17项可持续发展目标 (SDGs)
- 市场监管总局《社会责任报告编写指南》(GB/T 36001-2015)

联络方式

如对本报告有任何建议和意见，请通过以下方式与公司联系：
新希望乳业股份有限公司
邮编：610023
电话：028-86748930
传真：028-80741011
官网地址：http://newhopedairy.cn/

目录 CONTENTS

报告开篇

- 01 关于本报告
- 03 管理层致辞
- 05 走进新乳业
- 11 专题：十年优质乳坚守，行业“鲜”行者

01 可持续发展 (ESG) 管理

- 17 ESG治理体系
- 17 ESG发展战略
- 19 尽职调查与利益相关方沟通
- 21 议题重要性分析与结论

02 新鲜领航 铸就卓越管理

- 25 公司治理架构
- 29 商业道德与反腐败
- 31 合规经营与风险管理
- 33 数据安全与隐私保护
- 34 知识产权保护

03 鲜活生态 共筑绿色家园

- 37 应对气候风险
- 45 环境管理体系
- 49 三废治理
- 51 资源利用与节约
- 53 生态环境保护与生物多样性

04 以鲜为美 守护健康食光

- 57 营养与健康机遇
- 60 产品质量与食品安全
- 69 深化客户服务
- 70 负责任营销
- 75 产品研发创新

05 新质链动 携手公益前行

- 85 负责任供应链
- 92 行业共进
- 95 社会公益

06 鲜生聚力 共塑人才新貌

- 99 员工发展
- 113 健康与安全

附录

- 122 数据绩效表
- 127 内容索引表
- 128 读者建议反馈表

管理层致辞

“

岁寒知松柏，草绿春又新。新希望集团董事长刘永好先生提出，要努力为推动科技创新、培育新质生产力、建设现代化产业体系、全面推进乡村振兴、促进区域协调发展、保障和改善民生等多作贡献。新希望乳业董事刘畅女士说过，要以不变的责任担当，迎接新的时代挑战，坚守“为耕者谋利，为食者造福”的企业使命，推动可持续发展理念更好地融入到业务决策与生产运营各环节。作为民族奶业的“鲜”生力量，一头关乎民生供给和全民健康的基础保障，一头连接乡村振兴、生态保护和科技创新的高质量发展纽带，这也是新乳业立业发展的内在要求和责任所在。特别是在2024年国内奶业整体消费放缓的背景下，新乳业坚守“新鲜”的核心价值，倡导“以鲜为美”，力行“质领未来”，化责任为行动，为行业创造出稳健发展、共赢成长的优质样本。

”

坚守“鲜”主业 筑高民族奶业护城河

“食以鲜为美”，我们坚持“鲜”战略，做强核心主业，走“新鲜”“优质”的发展路线，既是奶业破局新增长点，也是消费提升新需求力，公司实现营业收入106.65亿元，归母净利润5.38亿元，核心产品保持良好增长，逆势前行，稳中求进，确保产业发展的基本责任。

我们十年坚守，点亮行业星火。自2015年率先扛起优质乳大旗，从全国首家通过优质乳工程验收的企业，到参与制定“优质乳工程”31项标准，再到如今旗下9家分子公司通过优质乳工程验收、消费区域覆盖西南、华东、华中、华北等地，带动产业升级，科普饮奶知识——“优质乳工程助力国民营养计划功臣企业”的荣誉，是新乳业以赤子之心守护国民健康的生动注脚。

我们扎根鲜活，刷新行业标准。为将新鲜优质做到极致，我们从牧场、原奶、生产到物流等各个环节实现优化升级，率先推出只卖当天的“24小时鲜奶”并持续迭代更新，推动企业的成长和进步，也让越来越多企业和消费者切实体验到“鲜活营养”的价值，不断刷新乳品品质标准，引领行业的新鲜质变。

拥抱“新”质力 科技驱动焕发新活力

为奶业注入科技，培育新质动力，新乳业持续科研赋能，以“生物科技”和“数字科技”为双核驱动，深度连接消费者需求，始终以用户健康为原点创新，新品贡献收入连续4年超过10%。

我们新质蝶变，智启未来。依托现有的2,000余株的乳酸菌菌种库，新乳业打通从菌种筛选、功能验证到产业转化的全链路产业研究路线，还联合哈工大将公司享有中国知识产权的GRX10菌株送往太空“深造”，为菌种“芯片”的国产替代迈出了坚实的一步。我们从信息化、数字化到智能化，加大对传统产业的改造，积极拓展AI应用场景，进一步提升生产运营效率，每一滴牛奶的旅程皆可追溯、可对话，数字化变革达到行业领先水平。

我们拓新渠道，畅快沟通。通过数字化，持续打造到家、到店、到柜的多场景应用，推进DTC渠道发展；实现数字化会员从拉新到转化的全链路可视化；通过JBP赢得新兴增长重点客户，牢牢抓住新渠道、新赛道，放大新乳业供应链、研发、对市场 and 用户敏锐洞察的协同优势。我们联合永乐宫、创新七夕瓶，打造新潮用户体验，携手权威媒体开展沉浸式直播，联动各子公司开启“品牌直播元年”。

书写共生“美” 共创更有希望的未来

以“绿”为底，以“爱”为笔，新乳业在乡村振兴、低碳未来和社会公益的画卷上奋笔共生之“美”，让商业向善的力量汇聚成河。

我们践行绿色低碳，倡导循环农作。“零碳乳业行动计划”日行日深，从“草-畜-奶”到“牧-工-商”，建立全程绿色产业链；朝日唯品以“循环农作”滋养土地，孕育自然健康美味，B端业务继续发力，实现了持续增长，带领农牧业实现更广泛的共赢。

我们秉承“做最实在的公益”的初心，连续两年开展“守护生态贺兰山”公益植树活动，为腾格里沙漠播种新的希望；“希望有你”公益活动走进贵州省榕江县车民小学，助力孩子们的“足球梦”；积极参与定日县地震救助，第一时间调配捐赠物资驰援，为灾区同胞送去温暖和希望；我们通过产业、技术和资金的扶持，与农户共生共富，为乡村振兴添砖加瓦。

作为一家与农民和广大消费者密切相连的企业，新乳业将始终以“新鲜”为使命，以创新为动力，以责任为底色，推动产业变革，守护万家安康，携手利益相关方共建共生共享的生态圈，与时代同频共振。以一杯牛奶的力量，滋养更鲜活的人生，更和谐的社会，更美好的环境，更有希望的未来。

走进新乳业

公司介绍

新乳业，中国最具有活力与创新的企业之一。公司聚焦低温乳品，立足西南，并深度布局华东、华中、华北、西北市场，构建了以“鲜立方战略”为核心价值的城市型乳企联合舰队。公司为用户提供优质营养的乳品，个性而多样化的消费体验，主张鲜活的生活态度，致力于成为“新鲜一代的选择”。

公司2019年在深圳证券交易所正式挂牌上市（新乳业，股票代码 002946）。截至2024年底，公司旗下有51家控股子公司、15个主要乳品品牌、17家乳制品加工厂、12个自有牧场。



文化与战略

新乳业作为中国乳品行业的领军企业，致力于通过创新和战略布局引领企业高质量发展，通过深化“新·鲜主义”理念，为企业及社会创造价值。

公司战略不断迭代，以“鲜立方战略”为核心，新乳业持续聚焦主业发展，做大做强核心业务，提升企业价值，五年实现净利率倍增。战略需要强大的定力，公司透过鲜立方战略，围绕新五年战略目标，不断探寻实践路径。

鲜立方战略新五年(2023-2027)战略规划

使命	愿景	价值观	战略目标
鲜活，让生活更美好	科技营养食品企业	创新、卓越、责任	做大做强核心业务，提升企业价值，五年实现净利率倍增

战略方向

做强低温，价值引领	科技加持，体验为上	内生为主，并购为辅	分布经营，区域深耕
- 高品质鲜奶产品未来五年复合年均增长率不低于20%。 - 加速低温特色酸奶品类的增长。 - 为用户带来更好的产品体验，为股东带来更好的投资回报，为社会带来更多的责任价值。	- 加强生物科技的研发创新，力争未来五年新品年复合增长率大于10%。 - 通过数字化灯塔项目打造从牧场到用户的高效供应链体系，五年力争实现突破 5,000 万数字化用户。	- 以内生增长为主，投资并购为辅，努力将负债率在未来五年降低10个百分点。 - 推动各子公司进行线上线下渠道有机融合，推动2027年D2C业务规模占比达到30%。	- 专注核心区域和核心市场，打强各区域市场的深度和密度，特色品牌进行区域扩张。 - 通过全链条的“鲜”能力建设，打造极致新鲜的运营能力。

业务布局

新鲜·牧场——12家自有牧场分布

- | | |
|----------|---------|
| 01 青白江牧场 | 03 唯品牧场 |
| 洪雅牧场 | 千岛湖牧场 |
| 02 云雪牧场 | 04 塞上牧场 |
| 陆良牧场 | 海原牧场 |
| 石林牧场 | 贺兰山牧场 |
| 蝶泉牧场 | 永昌牧场 |

优质·工厂——17家工厂分布

- | | |
|----------|---------|
| 01 四川阳平 | 10 西昌三牧 |
| 02 四川华西 | 11 昆明海子 |
| 03 昆明雪兰 | 12 山东唯品 |
| 04 昆明七彩云 | 13 苏州双喜 |
| 05 大理蝶泉 | 14 湖南南山 |
| 06 河北天香 | 15 宁夏夏进 |
| 07 青岛琴牌 | 16 昊尔乳品 |
| 08 安徽白帝 | 17 福州澳牛 |
| 09 杭州双峰 | |



主要荣誉和ESG评级

类型	奖项名称	颁奖机构
公司治理	2024大消费年度价值企业	福布斯中国集团
	中国卓越管理公司金奖企业	德勤中国&新加坡银行&香港科技大学商学院&《哈佛商业评论》中文版
	中国卓越管理公司	第六届中国卓越管理公司 (Best Managed Companies, 简称“BMC”) 榜单
	2023年度金信披奖	中国证券报
	2021-2023年度连续三年纳税信用等级A级	成都市锦江区税务局
产品及品牌营销	2024深圳市盐田区·胡润国潮品牌百强榜	胡润研究院与深圳市盐田区
	2024消费大赏·可持续消费创新企业	南方都市报 湾财社
	2024年度最具创新力企业	网易新闻
	2024商业之王年度营销创新与品牌建设案例	36Kr
	“新希望乳业”长城奖年度征集大赛年度提名品牌	中国广告协会
	“今日鲜奶铺X永乐宫跨年文化IP联名行销”第47届时报金像奖-行销类-综合项铜奖	时报金像奖组委会
	“今日鲜奶铺X永乐宫跨年文化IP联名”营销案例第八届麒麟国际广告奖全场大奖、金奖	今日广告ADTODAY
	“今日鲜奶铺x永乐宫跨年文化IP联名营销”长城奖作品征集大赛优秀作品铜奖	中国广告协会
	“今日鲜奶铺x永乐宫文化IP联名营销”FBIF Wow食品创新奖最佳跨界营销奖	FBIF Wow Food Awards

类型	奖项名称	颁奖机构
产品及品牌营销	2024向上品牌100榜 (今日鲜奶铺)	第十六届广告主金远奖组委会
	ISEE全球美味奖二星 (今日鲜奶铺)	ISEE全球奖组委会
	24小时聚焦新鲜生活场景聚合“鲜”友齐狂欢引爆“鲜奶节”跨媒体整合类铜奖	第15届金鼠标奖组委会
	“新希望美好生活市集, 引爆鲜活新体验”户外营销类铜奖	第十五届虎啸奖组委会
	“新希望美好生活市集, 引爆鲜活新体验”第十五届虎啸电商及效果营销类-会员营销类优秀奖	第十五届虎啸奖组委会
	“24小时鲜奶节营销案例”第24届IAI传鉴国际广告奖公共类铜奖	第24届IAI传鉴国际广告奖组委会
	新希望乳业澳特兰有机纯牛奶2024地球日大自然营销2024年度活动营销金案	第31届中国国际广告节主委会
	中国南北极考察合作伙伴	中国极地研究中心 (中国极地研究所)
	中国南北极考察选用产品	中国极地研究中心 (中国极地研究所)
社会公益	捐赠证书	中国绿化基金会
	荣誉证书 (捐资助学)	贵州省教育发展基金会



中证指数

CHINA SECURITIES INDEX

中证指数 BBB



国证指数

CNI Index

国证指数AA

专题

十年优质乳坚守，行业“鲜”行者

致力于优质乳工程
用“中国标准”定义“世界品质”

新乳业2015年开始探索实施国家优质乳工程，是全国首家通过优质乳工程验收的企业，先后共有9个工厂、13条加工线和28款巴氏鲜奶全部通过国家优质乳工程评价验收。公司的产品体系达到“安全健康、绿色低碳、营养鲜活”的国际先进技术水平。



1 行业首家

2016年首家通过国家优质乳工程验收成为优质乳工程先行者

品质坚守

十年间持续升级24小时产品推动活性营养标准提升

民族乳业

打破进口乳品垄断通过优质乳工程让消费者重拾国产乳品信心

2015年

启动实施国家优质乳工程

2015年初，昆明雪兰作为第一家公司申请实施优质乳工程。经过专家的调研与技术指导，昆明雪兰于2015年4月全面启动实施优质乳工程。

2016年

首家通过验收的企业

2016年9月6日，昆明雪兰通过优质乳工程的验收决议，成为首家通过优质乳工程验收的企业。

2018年

全国第一款72°C巴氏杀菌鲜奶上市

2018年全国第一款72°C巴氏杀菌鲜奶黄金24小时川渝上市，在巴氏杀菌工艺升级下，可以保留更多活性营养。

2021年

鲜奶价值新标杆

2021年鲜奶价值新标杆铂金24小时「极」质上市，工艺和营养的鲜活升级打造了鲜奶价值新标杆。

2022-2024年

新鲜迭代

以24小时产品为主，不断进行产品、品牌、口碑的新鲜迭代，推出24小时限定娟姗乳、24小时鲜活有机鲜牛乳等。

至今

优质乳先行者

新希望乳业是首家通过中国优质乳工程验收、并且是通过验收公司数量最多的企业。

新乳业始终不忘奶业高品质的初心，牢记健康中国的使命，着力构建“好牧场——好奶牛——好奶源——好工艺——好标准”的优质乳产业链。

01

好牧场



通过GAP认证的自建生态收场，距离城市**150公里“鲜半径”**，追求生态与自然环境和谐共生。

02

好奶牛



从**澳大利亚、新西兰、乌拉圭进口**良种荷斯坦奶牛、娟姗牛。奶牛体细胞数 ≤ 30 万个/mL，挤奶时播放轻音乐，让奶牛在愉悦的精神状态下产出优质牛奶，一牛一码随时监控，保持奶牛的健康状态，实现产品质量可追溯。

03

好奶源



奶源的蛋白质、脂肪、菌落总数等指标均优于欧盟标准，**例如24小时鲜奶生乳要求菌落总数 ≤ 5 万CFU/mL，而欧盟标准 ≤ 10 万CFU/mL。**

04

好工艺



国内领先的**72°C, 15s低温巴氏杀菌工艺。**

05

好标准



专业的物流配送体系，不仅采用国际先进的综合物流管理系统，还通过互联网全面实现物流管理的电子化和智能化，保证**2-6°C**全程冷链运输到各大商超和千家万户。

发起科学饮奶科普活动,助力少年健康成长

在稳步推进优质乳产品优化的同时,新乳业还不断开展“透明工厂及牧场亲子游”活动,致力于优质乳理念的全民普及和推广。公司通过多种形式进行线下活动和线上宣传,如邀请乳品行业的专家对优质巴氏乳进行了全面的分析和解读,以专业严谨的实验室数据和营养学知识为消费者们展现优质巴氏乳的鲜活营养价值。公司开设了优质乳透明工厂及牧场游活动,通过寓教于乐的方式为消费者们带来了一次又一次生动鲜活的美食课堂。

案例 透明工厂亲子游

杭州双峰从2017年起针对小朋友及家长开展了“食育教育”及“优质乳透明工厂游”科普宣传活动,引导消费者正确了解优质乳、消费优质乳。

安徽白帝从2018年起针对小朋友及家长开展了“优质乳透明工厂游”的科普宣传活动,通过线上、线下活动推广,引导消费者正确消费优质乳。



杭州双峰食育教育及优质乳透明工厂游活动



安徽白帝优质乳透明工厂游活动



未来十年,倾力为国民打造一杯优质奶

新乳业始终将“创新是振兴民族奶业的根本动力”作为发展内核,积极加入国家奶业科技创新联盟,深度融入产学研用一体化体系,践行“科技引领—标准引领—品质引领”三大路径,为国民健康筑牢奶业基石。作为优质乳工程的坚定践行者,国家奶业科技创新联盟携手全国29个省(自治区、直辖市)的79家乳企,将优质乳工程从科学内涵转化为产业实践——通过优质乳标识规范、生鲜奶用途分级、加工工艺革新与产品评价体系升级,推动国产优质巴氏杀菌乳产量从2016年占巴氏杀菌乳总量的不足1%跃升至2024年的97%,让安全健康、绿色低碳、营养鲜活的优质奶产品走进千家万户。2020年-2023年,新乳业与联盟企业共担使命,以“舍小我、为大我”的担当保障供给,以富含活性营养的乳品守护国民免疫力,彰显民族乳企的责任底色。

面向未来十年,新乳业将国家奶业科技创新联盟作为战略支点,以推进乡村全面振兴和健康中国为使命,全面贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念,持续深化奶业全产业链标准化技术体系构建。通过实施《生牛乳质量分级》标识、攻关“十四五”奶业全产业链高效生产关键技术,新乳业将加速科技向生产力的转化,推动液态奶与特色乳品品质双提升。在国民营养计划重点工作的指引下,新乳业将坚守“一杯优质奶强壮一个民族”的初心,以优质乳工程为长效引擎,实现从牧场到舌尖的全程绿色低碳管理,用制度化的品质承诺提振消费信心,让每一滴牛奶都承载着民族奶业振兴的荣光,为人民美好生活注入鲜活力量。



| 可持续发展 (ESG) 管理



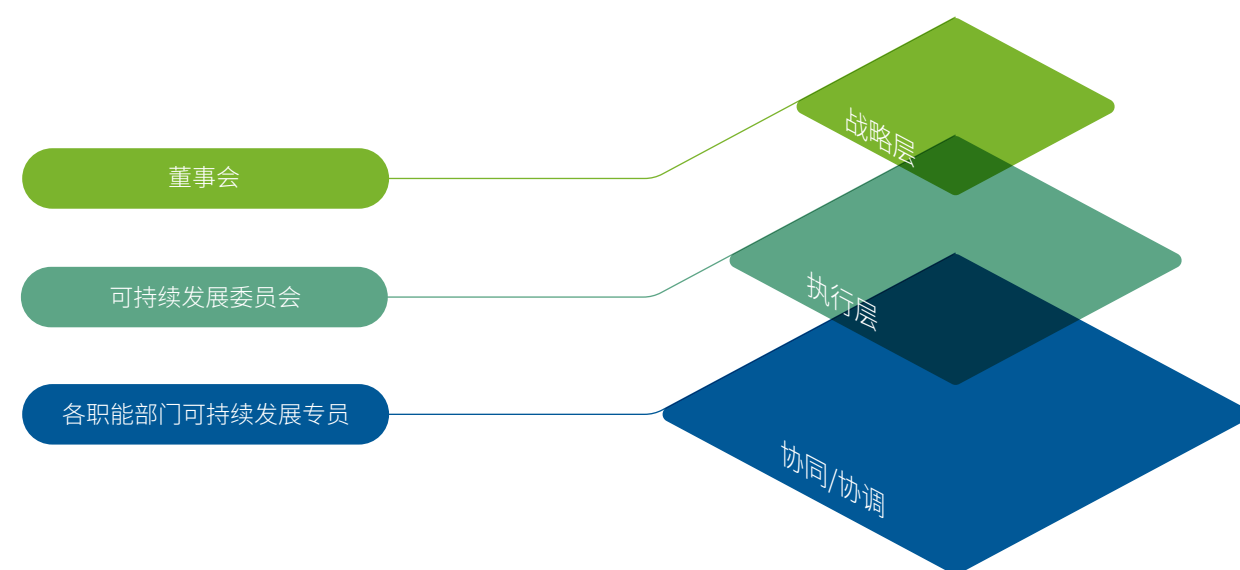
| ESG治理体系 |

作为乳制品行业的领军企业，新乳业以实际行动支持联合国《2030年可持续发展议程》，将环境、社会及治理 (ESG) 理念融入公司经营管理全过程，确保公司可持续发展理念得到有效贯彻。

在董事会的领导和监督下，公司建立了以可持续发展委员会为核心的治理结构，与各职能部门的可持续发展专员共同组成工作小组，负责识别发展风险、设定和评估目标、跟踪和考核表现。

同时，公司可持续发展委员会在2024年积极学习最新政策要求，协同公司业务部门，按照交易所最新要求的财务实质性原则，开展实质性议题识别与分析工作，将可持续发展理念与公司经营发展全面融合。

新乳业ESG治理架构



| ESG发展战略 |

公司遵循GB/T36000-2015《社会责任指南》、GRI 标准 (GRI Standards) 等国内外标准的核心方案，结合新乳业打造“科技营养食品企业”的愿景，搭建了以“NEW”为核心的可持续发展战略体系，从责任治理、绿色低碳、和谐社会三大层面采取行动，积极响应和实践国家绿色发展战略和SDGs，致力为利益相关方创造更新更美的生活。（“NEW”战略详细内容见新乳业官网：<https://www.newhopedairy.cn>“可持续发展”专栏）



尽职调查与利益相关方沟通

新乳业社会责任的利益相关方包括了股东/投资者、客户、供应商、员工、政府/监管机构、社区和媒体、经销商等。

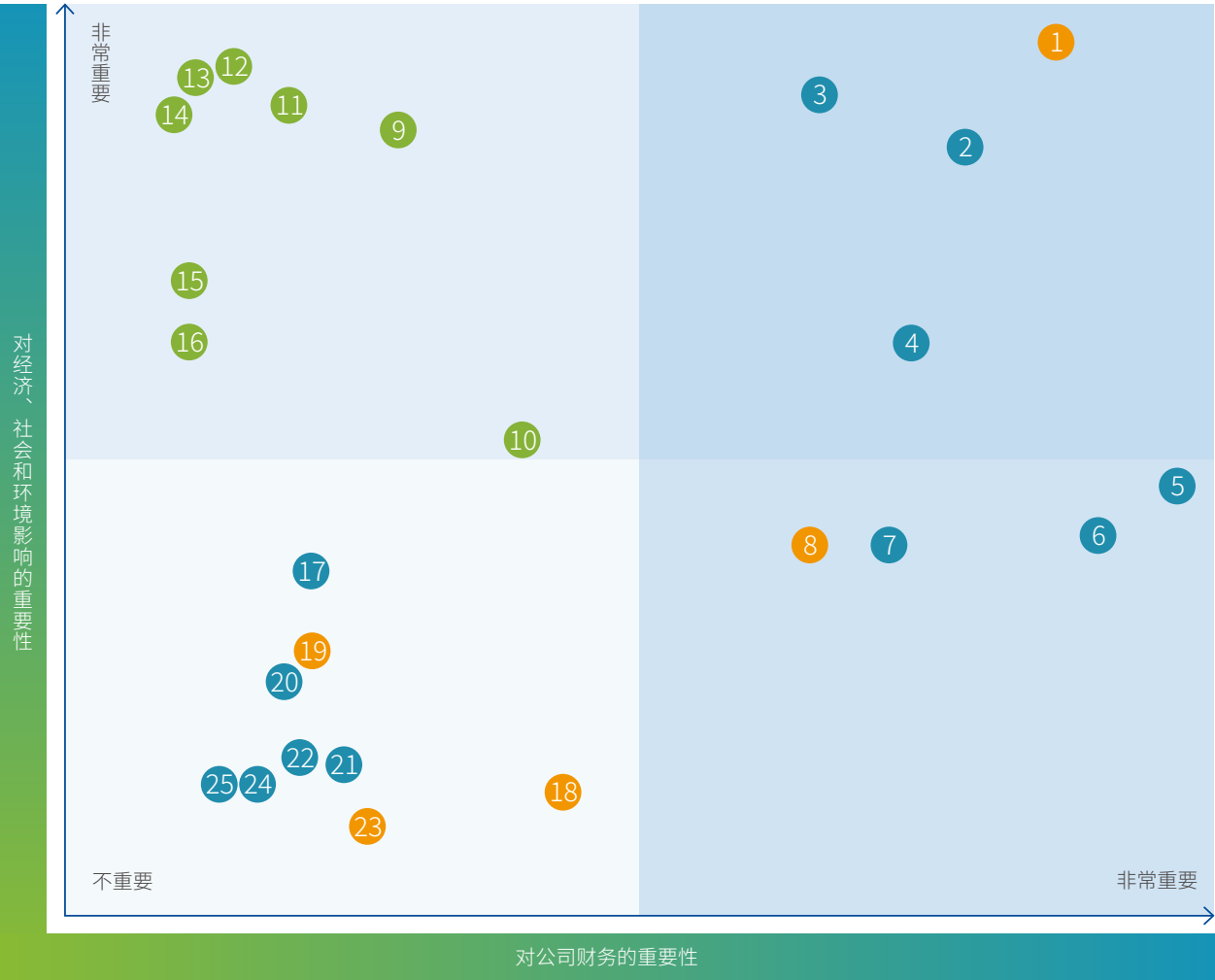
利益相关方类别	 股东/投资者	 客户	 供应商	 员工	 政府/监管机构	 社区和媒体	 经销商
沟通渠道	- 定期报告/临时报告 - 股东大会 - 业绩发布会 - 投资者会议 - 电话咨询	- 社交媒体互动 - 客户服务中心热线 - 电子邮件通讯 - 客户满意度调查 - 新品发布活动 - 年度客户大会	- 电子邮件 - 电话会议 - 现场访问 - 供应商大会 - 即时通讯	- 员工大会 - 内部社交平台 - 年度报告 - 员工满意度调查	质量监督局	- 社交媒体更新 - 社区活动参与 - 环境报告发布 - 电子邮件通讯 - 危机响应更新	- 电话会议 - 电子邮件 - 现场拜访 - 经销商大会 - 在线研讨会 - 即时通讯
关注议题	- 可持续业绩增长 - 污染物排放 - 供应链安全 - 产品和服务安全与质量 - 创新驱动 - 员工 - 应对气候变化	- 污染物排放 - 供应链安全 - 产品和服务安全与质量 - 员工 - 数据安全与客户隐私保护 - 应对气候变化	- 供应链安全 - 可持续采购 - 产品和服务安全与质量 - 数据安全与客户隐私保护 - 环境合规管理 - 反商业贿赂及反贪污	- 员工 - 污染物排放 - 供应链安全 - 创新驱动 - 数据安全与客户隐私保护 - 多元化与包容性	- 污染物排放 - 数据安全与客户隐私保护 - 反商业贿赂及反贪污 - 环境合规管理 - 能源利用 - 应对气候变化	- 水资源利用 - 环境合规管理 - 应对气候变化 - 废弃物处理 - 生态系统和生物多样性保护	- 供应链安全 - 产品和服务安全与质量 - 可持续采购 - 数据安全与客户隐私保护 - 反商业贿赂及反贪污 - 应对气候变化
新乳业回应	- 减少排放 - 保障供应链 - 保障质量 - 持续创新 - 关爱员工 - 低碳运营	- 减少污染排放 - 强化供应链 - 确保产品安全 - 关爱员工身心 - 保护数据安全 - 应对气候变化	- 强化供应链韧性 - 推行绿色采购 - 确保产品安全 - 加密数据保护 - 环保法规遵循 - 零容忍贿赂行为	- 提升员工福利 - 环保法规遵循 - 强化风险控制 - 加大研发投入 - 加密数据保护 - 促进平等机会	- 绿色排放标准 - 数据加密隔离 - 严格廉洁经营 - 环保法规遵循 - 高效能源策略 - 碳中和行动计划	- 节约用水 - 合规管理 - 低碳运营 - 循环利用 - 保护生态	- 强化供应链韧性 - 确保产品安全优质 - 推行绿色采购 - 加强数据安全 - 杜绝商业贿赂 - 减少碳排放

议题重要性分析与结论

双重重要性分析是公司编撰年度ESG报告、拟定长期ESG战略目标、与利益相关方沟通的核心方针。新乳业参考深圳证券交易所发布的《上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告(试行)》《上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制》、联合国可持续发展目标(SDGs)、GRI通用准则2021、ISO 26000、SASB中的议题以及其他可持续发展相关标准，与MSCI、CDP、中证、Wind等ESG评级服务机构体系，建立ESG议题清单。

2024年, 新乳业继续开展可持续发展议题的识别, 以及议题的重要性评估和筛选工作。对于所识别的25项议题的管理及实践表现, 报告进行了相应披露和回应。新乳业重点议题主要包括公司治理、可持续采购、员工、产品和服务安全与质量。

新乳业实质性议题评估结果



象限	综合排名	实质性议题	议题归属类型
1核心议题	1	公司治理	可持续发展治理
1核心议题	2	可持续采购	社会
1核心议题	3	员工	社会
1核心议题	4	产品和服务安全与质量	社会
2财务实质性议题	5	营养与健康	社会
2财务实质性议题	6	创新驱动	社会
2财务实质性议题	7	负责任的营销	社会
2财务实质性议题	8	反商业贿赂及反贪污	可持续发展治理
3影响实质性议题	9	应对气候变化	环境
3影响实质性议题	10	污染物排放	环境
3影响实质性议题	11	废弃物处理	环境
3影响实质性议题	12	水资源利用	环境
3影响实质性议题	13	生态系统和生物多样性保护	环境
3影响实质性议题	14	环境合规管理	环境
3影响实质性议题	15	能源利用	环境
3影响实质性议题	16	循环经济	环境
4一般议题	17	数据安全与客户隐私保护	社会
4一般议题	18	反不正当竞争	可持续发展治理
4一般议题	19	利益相关方沟通	可持续发展治理
4一般议题	20	多元化与包容性	社会
4一般议题	21	乡村振兴	社会
4一般议题	22	平等对待中小企业	社会
4一般议题	23	尽职调查	可持续发展治理
4一般议题	24	科技伦理	社会
4一般议题	25	社会贡献	社会

新鲜领航·铸就卓越管理

回应的SDGs可持续发展目标



新乳业将公司治理视为实现企业持续发展和创新运营的重要基础，严格遵守中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有关规范治理和运作的法律规定及监管要求。公司构建了完善的治理架构和风险管理体系，坚持诚信合规，按照更高的商业道德标准不断提升治理能力。同时，公司注重投资者回报，通过持续优化治理结构和风险管理，确保股东利益最大化，为投资者提供稳定、可持续的回报。



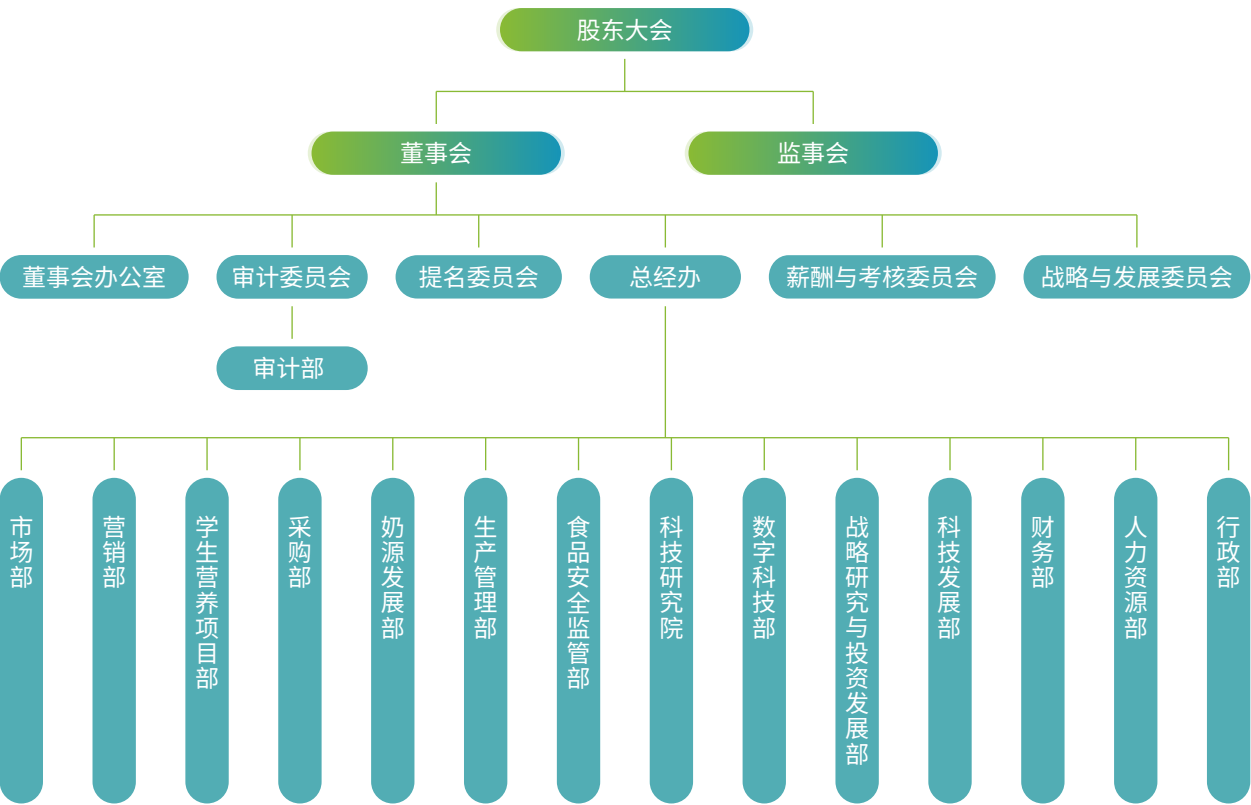
公司治理架构

新乳业董事会持续致力于维护公司和全体股东的合法权益，主动履行管理职责，不断提升公司治理能力，不断强化董事会的独立性与多元化建设，积极对话投资者并参与投资者关系管理，规范开展信息披露工作。

治理架构

新乳业严格遵守《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》及《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及政策规定，始终坚持探索现代企业治理的最佳实践，并将环境、社会及治理 (ESG) 理念融入公司治理的各个环节，驱动公司的可持续价值创造能力不断提升。

董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及战略与发展委员会，各专门委员会均按照公司治理和内部控制的相关制度规范运行，充分保障股东权益以及公司的规范发展。



- 公司治理结构采用“三权分立”制度
- 决策权、经营管理权、监督权分属于股东会、董事会、监事会

公司董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决，通过提名方式的多措平衡，确保多样性和独立性。为保障公司治理高度透明，公司定期披露董事担任外部职务情况，详情请见公司《2024年年度报告》。



董事候选人的提名方式：

- 公司董事会提名；
- 单独持有或者合计持有公司3%以上有表决权股份的股东提名，但提名候选人人数不得超过拟选举或变更的董事人数。



公司可以根据股东大会决议聘任独立董事，独立董事候选人的提名方式：

- 公司董事会提名；
- 公司监事会提名；
- 单独持有或者合计持有公司1%以上有表决权股份的股东提名，但提名候选人人数不得超过拟选举或变更的独立董事人数。



监事候选人的提名方式：

- 公司监事会提名；
- 单独持有或者合计持有公司3%以上有表决权股份的股东提名，但提名候选人人数不得超过拟选举或变更的监事人数。

优化履责执行

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司治理准则》等法律法规的要求，建立和健全了公司内部控制制度，进一步规范公司运作，提高了公司治理水平。2024年度，公司全体董事勤勉履职，董事会会议出席率100%。同时，公司从制度端入手，全面梳理过往工作经验，进一步优化工作流程，科学、合理设置董事会审批权限，在保障公司合规运作及风险控制有效的前提下，结合上会事项紧迫程度合理筹划会议排期，最大程度简化审批流程，提高工作效率。

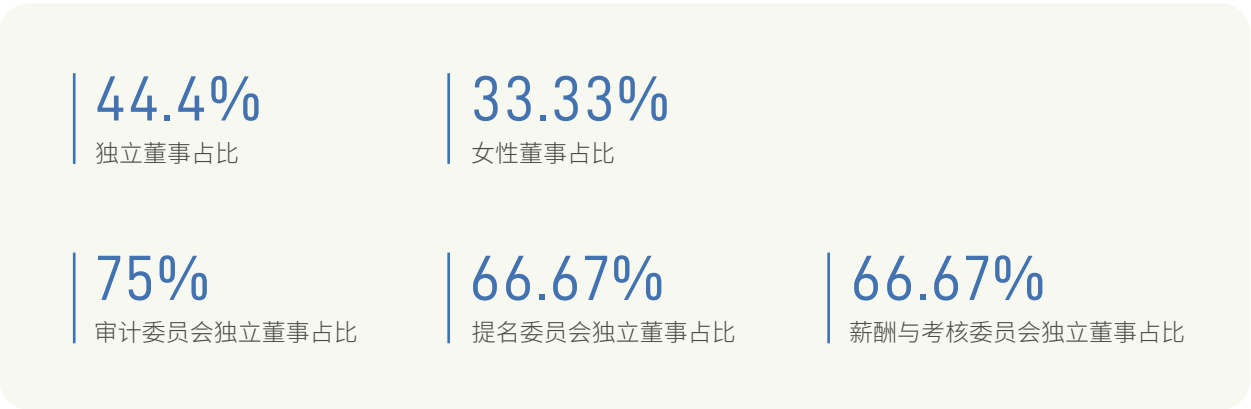
2024年公司共计召开股东大会2次、董事会9次、监事会5次，审议定期报告等多项重大议题。

指标(次)	2022	2023	2024
股东大会	3	2	2
董事会会议	6	9	9
监事会会议	5	6	5



推进多元化与独立性

公司长期致力于加强董事会多元化和独立性建设，制定了《独立董事专门会议工作制度》，在2024年公司新增2名女性董事。截至2024年末，公司共有董事9名，其中独立董事4名，女性董事3名；独立董事中，至少1名独立董事为会计专业人士，1名独立董事为法律专业人士，1名独立董事为金融专业人士，1名独立董事为经济学专业人士。



规范薪酬管理，融入可持续发展理念

公司薪酬与考核委员会负责根据董事会制定的企业方针和目标、同业公司支付的薪酬水准，依据《公司章程》与《董事会薪酬与考核委员会工作制度》建立与市场竞争力相匹配的董监高薪酬管理体系，确保专业性和公正性，并与公司的长期发展目标和股东利益保持一致。

新乳业高管薪酬结构	与ESG相关的考核项
独立董事： 领取固定金额的独立董事津贴。	● 安全生产运营 ● 负责任营销与客户服务 ● 人才梯队建设 ● 食品安全与营养
非全职董事 / 监事： 不在公司领取董事津贴、监事津贴或其他薪酬。	
全职董事 / 监事： 根据管理职务而非董事 / 监事角色领取薪酬，不另行领取津贴。	
高级管理人员： 薪酬与绩效考核紧密挂钩，个人收入与公司经营业绩和个人业务绩效目标相关联。	

投资者回报

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》和中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》，结合《公司章程》相关利润分配制度和审议程序实施利润分配方案，积极响应监管号召，加大对股东的投资回报。公司持续聚焦主业，不断提高经营水平和投资回报，2024年实施的2023年度分红较上年增加76%，并推动了上市以来的首次中期分红。

2024年，公司完成现金分红**12,910.09**万元，已实现连续**6**年分红。

信息披露与投资者交流

新乳业为保护投资者及利益相关方权益，严格遵守信息披露监管规定，履行信息披露义务。公司依据《上市公司信息披露管理办法》《信息披露事务管理制度》及《公司章程》，规范内部决策与报批程序，加强信息披露管理。同时，严格执行内幕信息知情人管理制度，做好信息保密与登记工作，严格管理外部信息使用人。公司通过深圳证券交易所网站、《证券时报》《证券日报》《中国证券报》《上海证券报》及巨潮资讯网等渠道向投资者披露公告及信息。

新乳业制定了《投资者关系管理制度》，通过多元化的沟通渠道和方式，保障投资者公平获取信息的权利。公司设置了联系电话、电子邮件等沟通渠道，并通过定期报告、临时报告、年度业绩说明会、股东大会、公司网站、电话咨询、现场参观、分析师会议等方式与投资者展开沟通。2024年全年，公司共发布公告74项，召开线上线下会议6场，回复深交所互动易问答超过75次，回复率为100%，报告期内券商对公司发表研究报告超70份。

案例

新乳业投资者交流活动

5月21日，新乳业在成都举办“新质鲜行·焕芯向前”2024年投资者大会，从新鲜战略、科技创新、供应升级、责任担当等多个层面，详细解读了推进战略落地、打造新质动力、实现价值提升的高质量发展路径。





商业道德与反腐败

公司严格遵循中国证监会、深圳证券交易所等监管部门的法律法规及规范性文件要求,持续完善内控制度,强化商业道德管理。秉持“阳光、正向、简单、直接”的商业合作原则,积极开展反腐败工作,营造风清气正的企业文化。

商业道德治理

新乳业严格遵守中国反腐败法律法规与《联合国反腐败公约》,遵守公司及商业伙伴廉洁从业和反腐败的规定和承诺,不断强化廉洁文化建设。公司实行内部审计制度,配置专职审计人员,对公司财务收支和经济活动进行内部审计监督。公司制定了《内审管理办法》《审计部工作职责》《审计部岗位职责说明书》《反舞弊制度》及《工程审计流程及过控》,审计人员围绕相关制度要求开展审计监督工作。

2024年,公司共受理投诉事件12起,举报事件6起,对调查属实的违规事件,审计部在公司范围内进行了事件通报,并对相关责任人进行了处理处罚,同时审计部结合业务要求对共性问题发布了规范业务管理的提示函;对个性问题与相关公司共同梳理出关键点和关键点整改排期,同时明确责任人进行整改落实。

反腐败员工培训

公司坚信反腐败是一项重要的企业文化内容,对提高公司治理有着重要的作用,公司每年定期举办反腐败培训,以阳光文化周的形式大力开展反腐败相关活动,并且会通过公司中期和年终总经理会议对年度内反腐败案件进行通报。

案例 反腐败文化建设措施

• 培训

2024年3月29日,为进一步践行新希望阳光文化,营造廉洁自律的工作氛围,雪兰开展廉洁自律警示教育,雪兰销售副总经理、财务总监、人力行政总监带领销售办事处主任及以上等关键岗位人员一行60人前往云南省反腐倡廉警示教育基地进行参观学习。



2024年8月1日,在夏进公司组织落地“阳光正好,心怀希望”为主题的阳光文化廉洁宣讲,宣讲围绕阳光、坦诚、学思和新责任在全体干部和核心骨干46人开展,会议中夏进公司总经理以本次文化节活动为契机,以对投资人、股东负责,对自己和家庭负责,对社会负责为要求,诫勉全体员工遵守社会秩序、社会规则,以敬畏之心绷紧廉洁之弦,营造清风气正的经营环境。



• 公司的阳光漫画订阅号发布“新时代送礼”阳光文化漫画,漫画通过“第五届企业文化节”、“新希望审计”等公众号及鲜活社区飞书群进行广泛传播。



• 廉洁知识竞赛

以第五届企业文化节阳光文化周为契机,公司在体系内开展廉洁知识竞赛,有17人获奖。

2024年,公司举办反商业贿赂及反贪污培训**2**场,董事培训覆盖率**100**%。

反垄断与反不正当竞争

在反垄断与反不正当竞争方面,公司严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规,确保市场公平竞争,保护消费者权益。公司避免通过控制价格、限制交易、搭售商品或附加不合理交易条件等方式滥用市场支配地位,确保市场的公平性和透明度。在行业并购重组中,公司遵循国家产业政策,合理控制加工规模,避免盲目投资和重复建设,同时确保行为符合反垄断法要求,防止形成市场垄断。

公司加强行业自律,遵守行业自律公约,避免不正当竞争行为,如虚假宣传、恶意低价倾销、诋毁竞争对手等。在日常运营中,公司积极保护消费者权益,确保产品包装标识符合国家标准,避免误导消费者。同时,公司关注市场公平竞争环境,维护行业整体利益和市场秩序。

2024年,公司未发生与不正当竞争行为、反垄断相关的法律诉讼,以及因舞弊等导致的违法案件。

举报人保护

公司建立了完善的举报人保护机制,通过多维度措施确保举报人的合法权益。公司通过投诉举报牌、招标公告、阳光协议等方式广泛发布投诉举报受理电话,宣传阳光文化,并由审计部负责投诉举报的调查。公司允许匿名举报,并对举报人身份严格保密,明确禁止任何形式的打击报复行为。对于违反保密原则的行为,公司将严格追究责任。同时,公司设立了回避制度,受理举报的工作人员若与被举报人存在利害关系,可能影响案件公正处理的,需主动回避。

公司职能部门建立了《投诉/举报受理记录》,严格按照规定流程处理举报事项。2024年,公司共收到投诉事件12起,举报事件6起,投诉举报事件处理率100%。

新乳业举报渠道具体信息



举报电话

19938859003



举报邮箱

nhdsjb@newhope.cn



信件地址

四川省成都市锦江区金石路366号
中鼎国际1栋2楼

合规经营与风险管理

风险管理体系

风险管理体系	新乳业已成立风险管理委员会,作为风险管理工作的最高决策机构,其成员包括总部领导班子成员、各公司总经理,同时建立了三道防线的风险管理架构。现已发布了《风险管理制度(试行)》,日常由风险管理中心主任负责总体工作,主持日常例会以及紧急风险会议,风险管理中心主任下设秘书长岗位,协助相关日常工作。
监督评价	子公司全面风险管理工作纳入公司对子公司年度考核中,年终由总部风险管理中心组织对当年子公司风险管理情况进行考核打分。 总部风险管理中心每半年回顾与总结本周期内的风险管理工作的不足与需要提升的地方。
定期监督和整改	公司建立了风险上报系统,总部及子公司每周更新风险上报系统,风险管理中心收到风险报告后了解风险事件的具体情况,跟进风险事件处理,对风险内容监督整改,相关职能优化有关管理手段。

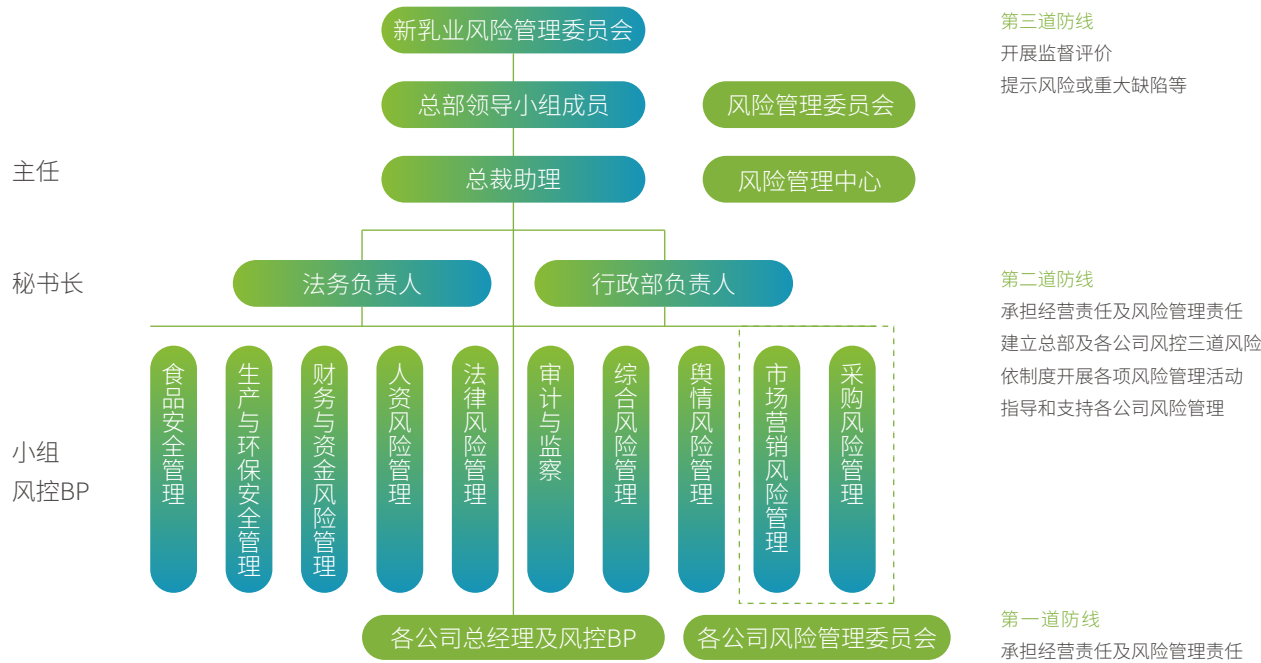
具体举措

2024年3月,发布《风险事件上报规范指引》,规范公司风险报告操作,进一步加强对风险报告的管理工作。

2024年7月4-5日,公司组织风险管理中心秘书长与相关人员参加《“十不准”下国企供应链公司合规整改、风控强化与保量增量》课程,学习有关公司合规整改、全面风控等方面的内容。

2024年11月6日,公司组织风险管理中心秘书长与相关人员参加四川省国有企业与上市公司风险管理培训班,结合经营实践案例深刻理解风险管理工作的相关内容。

新乳业风险管理体系



风险控制

公司根据风险来源将风险细分为外部风险和内部风险,并制定了针对性防控策略。外部风险聚焦市场变动、政策法规等不可控因素,内部风险则涵盖运营、财务、合规等管理领域。

新乳业结合生产经营目标与市场风险管控情况,持续优化风险库至3.0版本,在战略、运营、财务、产品与服务四大类别下全面列举风险项,共列举出241项三级风险项目。公司通过组织风险识别与评估,将风险库中的信息系统管理风险、数据安全风险、人力资源政策合规风险、舆情危机发现及应对处置风险、食品安全风险、安全生产与环保风险、应收/预付账款风险、市场竞争风险等列为持续关注并重点管理的八大风险。公司针对每项重点风险制定防范措施,并开展全面风险管控专业培训。

依法纳税

公司严格遵守税收相关法律法规，坚守诚信纳税原则，定期开展税务风险评估，识别潜在风险点并制定防控措施。通过推动税务数字化建设，提升税务管理质量和精细度，强化税务风险管控，完善预警机制，实现对潜在税务风险的预警和监控，确保税务活动合规性。

2024年，公司完成税务数字化项目一期发票模块功能建设，通过乐企平台与税局直连，全面实现发票电子化管理。不仅在业务端确保了业务规范与标准统一，推动降本增效，还在管理端提升了管理精度和效率，实现税务数据价值提升。

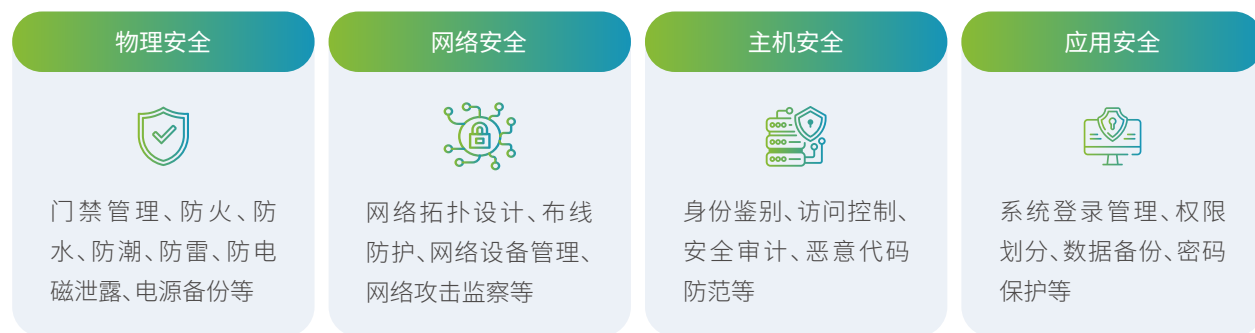
公司依法享受多项税收优惠政策，包括自产农产品增值税免税、农林牧渔和农产品初加工企业所得税免税、西部大开发和高新技术企业所得税优惠税率、小微企业税收优惠等。

2024年度，新乳业实现年度纳税总额**4.18**亿元，其中环保税超过**40**万元。

数据安全与隐私保护

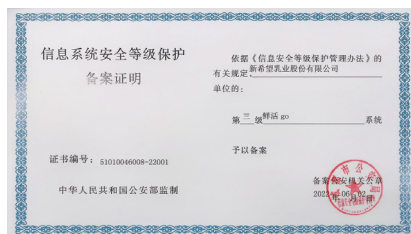
新乳业高度重视数据与隐私安全，建立了完善的内部信息安全管理体制和组织架构，不断提升信息安全技术能力，全方位坚守安全底线。公司秉持“预防为主、适度安全、管理与技术并重、全员参与、分权制衡、采用成熟技术”的管理理念，严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国电子签名法》《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》等法律法规，制定了《信息安全管理制度》《信息安全术语定义》等公司制度，指导公司的信息安全管理工作。同时，公司通过完善信息安全组织架构，明确各安全角色职责，强化专业化管理，有效控制安全风险。

信息安全管理工作的



新乳业通过多种技术与管理方式保护数据安全，包括客户姓名、电话、住址等隐私信息的加密处理与存储、来自公网访问的双重验证、网络权限与数据库权限独立管理等。

在网络安全等级保护制度2.0的指导下，新乳业在2022至2024年**连续三年通过了三级认证**。



应急管理措施

公司建立安全应急响应机制，制定“人防+技防+联防”策略，预防系统故障和网络攻击，保障服务器、数据库等信息资产的安全性。

案例

2024“护网”演练行动

由公安部等部委级单位牵头组织的攻防演练活动（也称“护网”），旨在通过模拟真实的网络攻击，检验各单位的安全防范能力，提升国家网络安全防御能力。

新乳业于2024年8月参加“护网2024”网络攻防实战演习，成立“HW2024”专项小组，采用“人防+技防+联防”策略，保障信息资产安全。筹备阶段，完成安全风险评估、暴露面评估和加固，实现72个站点资产防护，覆盖率超90%；192台服务器安全覆盖率100%。演练期间，7×24小时监控，累计监测到90,427次网络攻击，成功抵御攻击，提升云上业务安全能力，保障业务可用性、完整性与机密性。

知识产权保护

公司严格遵守《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等涉及知识产权保护的相关法律法规，充分落实知识产权保护工作，不断健全公司的知识产权管理。2024年，公司开展重要销售范围内相关产品注册商标合规性使用检查，避免侵权，同时进一步加强商标保护，并针对本次检查情况形成合规性报告，对注册商标维护及使用提出合规性建议。

2024年，公司新增注册商标**7**件，举办、参与商标保护相关培训共计**3**场。

案例

公司举办“品牌风险控制及保护策略的法律实操要点”培训

2024年12月13日，公司组织了一场主题为“品牌风险控制及保护策略的法律实操要点”的培训活动，旨在提升公司法务和品牌、市场部同事在知识产权领域的专业能力。

通过对市场与销售端口知识产权热点案例进行解析，提供品牌风险控制及保护的思路。同时，为市场和销售团队在品牌策划、风险控制及纠纷处理上，给出专业实用的法律建议，助力企业在品牌管理中有效应对各类挑战。

鲜活生态·共筑绿色家园

回应的SDGs可持续发展目标



在全球积极应对气候变化、大力推动可持续发展的大背景下，新乳业高度重视气候与环境问题，将其视为企业可持续发展的关键要素。在气候行动方面，公司科学规划，制定了清晰的目标和切实可行的策略；在环境管理上，从能源资源利用、污染防治到生态保护，构建了全面且系统的管理体系。通过一系列积极有效的举措，新乳业致力于实现企业发展与气候环境的和谐共生，为推动行业的绿色转型贡献力量。

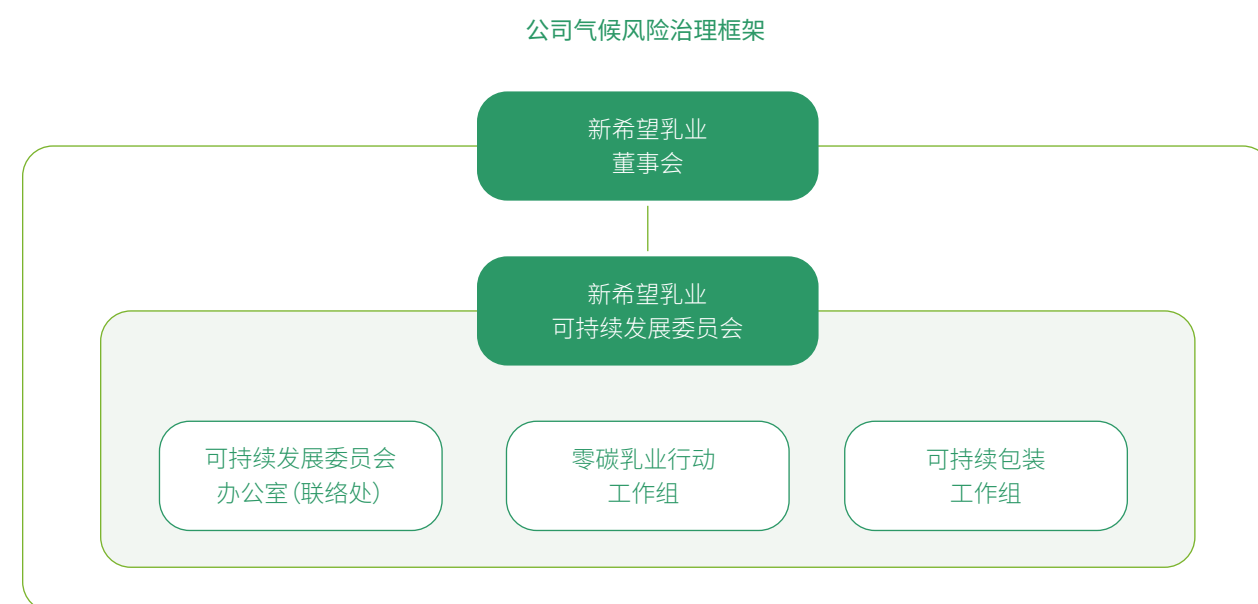


应对气候风险

新乳业重视气候变化对公司运营产生的影响，于本年度按照气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-Related Financial Disclosure, TCFD）倡议进行信息披露。公司董事会与 ESG 工作小组正在积极开展准备工作，为严格遵循 TCFD 框架披露公司气候相关财务信息奠定基础，包括筹备建设气候变化风险管理组织体系、研究和学习情景分析方法等。

气候风险治理体系

新乳业积极响应《巴黎协定》提出的1.5摄氏度温升目标和国务院印发的《2030年前碳达峰行动方案》，基于自身ESG治理基础架构，将气候风险治理架构体系融入其中。



气候风险治理战略

公司通过将气候风险识别与管理的工作纳入风险管理体系。生产制造端，公司在工艺上寻求更加低碳且环境影响更小的方式，在设计上不断创新，力求采用更轻量化、易于循环的生产与包装材料。同时公司不断探索节能降耗科技的应用，部分生产基地将节能降耗措施的设计纳入人员的关键考核KPI。供应链体系通过技术创新、五维协同推进联合降本提效行动，2024年生产可控成本降低、人效及设备效率取得了量化价值，同时运营体系、系统管控能力也显著增强。项目组通过目标拆解、制定关键举措、闭环追踪、技术创新攻关、重点薄弱领域攻坚等一系列举措，实现供应链产品内控精准率、蛋白质利用率、设备综合效率三大卓越运营指标同比明显改善；通过人员技能及效率提升，生产组织优化、制造费用精益挖潜，全年单吨人工同比下降。供应链生态、资产使用效率等得到持续进步和优化。



气候变化风险及机遇管理

参考TCFD倡议框架, 公司识别了公司可能受到影响的气候相关风险和机遇, 并采取有效的应对措施。

气候相关风险类型			风险描述	财务影响	应对措施	时间范围	实质性
转型风险	政策与法律风险	ESG报告义务	中国企业可持续信息披露准则体系日趋完善为企业提出了更高的ESG信息披露要求, 如果未能及时披露相关信息会导致企业面临合规风险。	费用上升, 营业外支出上升	公司按照法律法规要求定期进行环境信息公开, 制定和发布独立的可持续发展报告。	中期	高
		碳减排要求和监管	公司主营业务存在高碳排放现象。在“双碳”目标下, 公司可能会被施加更为严格的碳减排要求与监管, 使得公司可能出现由于不符合相关规定被依法追究法律责任、采取监管措施、出现财产损失的风险。	成本上升, 营业外支出上升	发布“零碳乳业行动计划”, 制定减碳时间规划与行动, 帮助产业链碳排放逐年下降。	中期	高
		环保监督	公司为环境保护部门公布的重点排污单位, 随着环境标准的不断提高, 公司需要投入更多资金和技术来满足这些要求, 从而增加运营成本。	成本上升	针对环境法规的加强和落实, 公司调整生产方式、技术设备, 加强对法规的了解, 建立健全的合规体系, 确保公司的经营活动符合法律法规的要求。	中期	高
	技术风险	低碳技术转型	双碳政策要求企业进行低碳转型, 需要投入成本研发和部署节能环保技术, 过程中产生额外成本。	成本上升	利用沼气收集利用技术与光伏发电, 降低化石燃料使用量。打造数字化工厂, 从原料采购、产品生产到运输销售, 将数字化技术与低碳养殖结合。	长期	中
	市场风险	客户偏好绿色产品	ESG理念逐渐深入人心, 公司的客户可能更偏好绿色环保产品, 如果公司的产品不满足相关要求, 可能影响品牌形象, 导致营业收入减少。	收入下降	按照产品与品牌特性, 增加可循环包材使用, 并逐步扩大环保包材的覆盖范围。	长期	中
	声誉风险	ESG负面事件	客户、投资者等利益相关方更加重视环境相关信息披露, 当该披露信息低于利益相关方预期时, 可能将对公司的企业形象及声誉造成不良影响, 降低资本市场和客户对公司的认可度, 影响公司收入和公司市值。	收入下降	公司建立完善的ESG管理体系, 将ESG管理融入风险控制之中, 防范ESG负面事件的发生, 加强信息披露和媒体的沟通。	短期	高
物理风险	短期风险	台风与洪涝	公司部分生产基地和工厂易受到台风和洪涝影响, 未来气候变化导致台风和极端降水发生频率增大, 公司受灾概率和损失增加。 台风与洪涝可能造成公司办公区或生产设备进水、公共网络中断、电力系统受损, 影响业务正常开展, 提升维修成本, 增加员工安全风险。	资本开支, 成本上升, 收入下降	制定并实施防台防汛应急管理制度。配备应急设备和物资, 开展台风灾害分析, 建立应急演练机制。	短期	高
	长期风险	平均气温升高	公司部分办公区或工厂易受长期气候变化下气温升高带来的高温天气影响。高温天气可能导致生产设备过热或员工健康受损, 粮食和饲料类作物减产, 影响生产效率, 产生额外成本。	成本上升	设立员工高温津贴, 完善厂房和办公区域制冷系统, 制定高温中暑应急预案, 实现制冷系统节能降耗。	中期	中

		海平面上升	公司部分生产基地所在地海拔较低且离海较近，易受到海平面上升影响。海平面上升可能导致洪涝灾害加剧，影响业务正常开展，迫使公司搬迁，产生额外成本。	资本开支，成本上升，收入下降	制定防汛专项应急预案。	长期	低
		天气模式极端化	气候变化导致洪水、台风、雷暴、干旱等极端天气模式出现频率增加，导致粮食、饲料类作物减产，原材料价格上升；破坏生产基地设施，导致奶牛减产减值。	成本上升，收入下降	公司业务布局在地域上广泛分布的特点保证了特定区域发生自然灾害时，不会对公司整体业务产生重大影响。公司能够利用规模优势，及时有效地调配资源尽快恢复生产，减少自然灾害所造成的影响。	长期	中

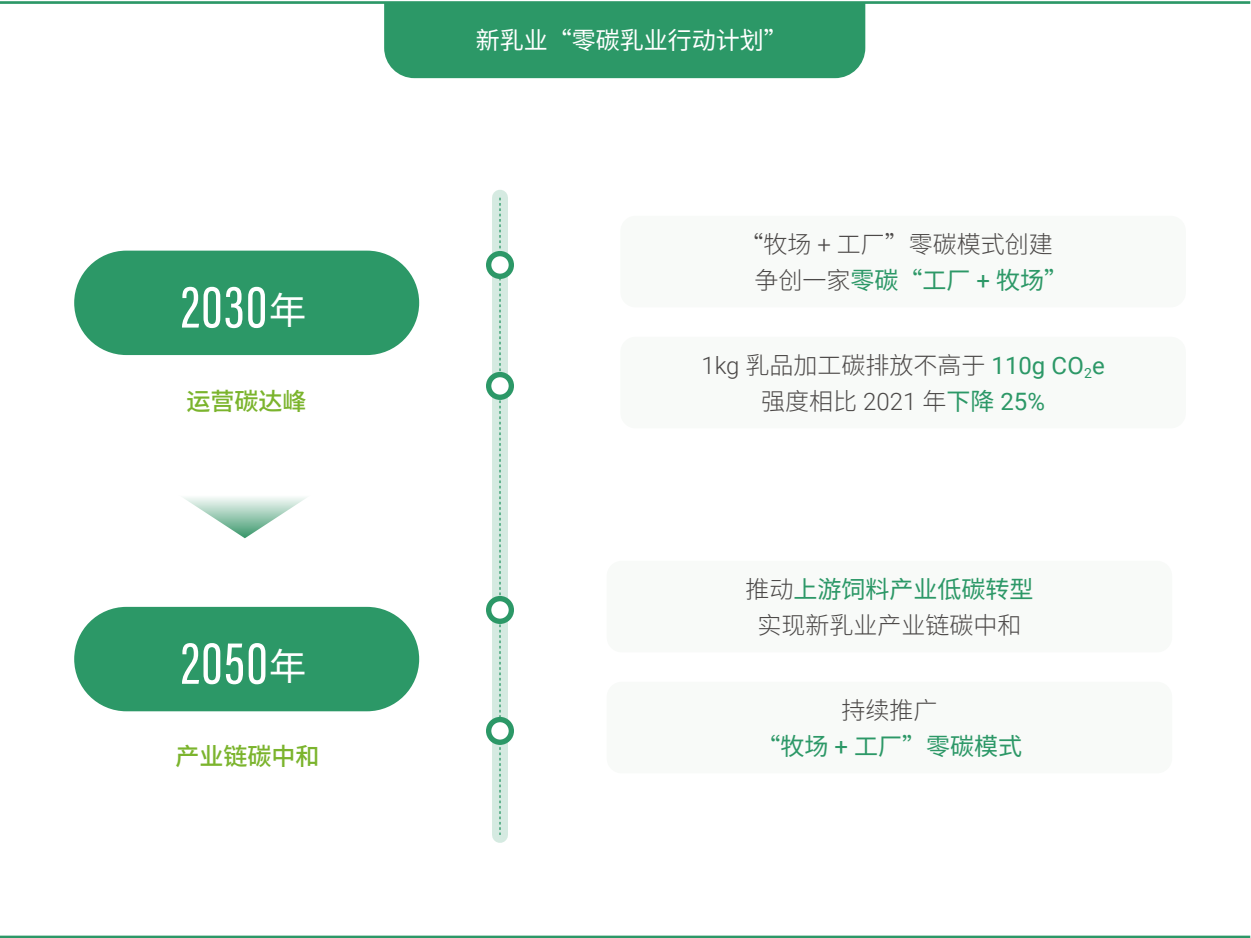
面向气候机遇，公司结合业务与企业经营现状，融合公司业务布局，做了如下简要分析。

气候相关机遇类型		机遇描述	财务影响	应对措施	时间范围	实质性
资源效率	提升资源利用效率	通过优化管理模式，实施低碳技术，更换节能设备，公司可有效提升设备、能源、水资源、其他资源的使用效率，降低生产和办公的资源消耗，降低成本。	成本下降	公司重视节能减排工作，推动主营业务绿色低碳转型，推动落实绿色办公、节约用水，降低生产和办公等环节的资源消耗。	短期	中
能源来源	使用可再生能源	企业通过优化能源结构，提升可再生能源在总能源消耗占比，以减少对化石能源依赖，提升企业应对气候变化韧性，降低企业碳排放。	成本下降	利用沼气回收利用技术，加强光伏发电使用。通过智慧技术实现能源、水资源的高效管理。	中期	中
产品和服务	绿色产品与服务	双碳战略推动公司所在行业低碳转型，公司可以通过技术创新推出更加符合“双碳”政策的产品，迎合市场需求，提升公司收入。	收入上升	公司积极开发并部署节能降耗技术降低产品和服务的碳排放量，赢得客户青睐。朝日唯品已推出零碳相关产品。	中期	中
韧性	企业韧性	公司应对气候变化的适应能力，以更好地管理相关风险并抓住机遇。	收入上升，成本下降	公司建立了完善的气候风险和机遇管理体系，对可能的风险和机遇进行预测、判断，并评估影响程度、制定应对措施。目前，公司能够有效管控相关风险，把握相关机遇。	长期	中

指标和目标

新乳业制定了明确的气候目标，展现出积极应对气候变化的决心。公司2023年发布了“零碳乳业”行动计划，确立了2030年碳达峰、碳排放强度逐年下降5%的目标。生产线路牵头碳排放进行季度汇总，并不断完善碳核算口径、盘查流程和标准。通过工艺优化、技术创新、采用清洁绿色能源、数字化运营，实现节能减排与运营效率的同步改善。

生产线路通过能耗专项推进，增加了制冷、CIP、冷库等重点耗能工段的旬月度对标及管理改善，加大了技术创新的投入及应用，全系统全面推进蒸汽冷凝水及塔水热回收利用，华东公司落地了综合热能回收创新项目，四川公司推进了磁悬浮高效制冷设备的创新应用，多措并举实现2024年生产单吨水、电、蒸汽同比下降；通过污水处理扩能技改、优化工艺、降低运行费用，减少污泥的产生和外运；继续扩大沼气收集范围，全年产生蒸汽折合替代天然气119.5万立方米；2024年新华西工厂4.2MW光伏项目投入运行，目前公司下属运行光伏项目的5家工厂光伏总装机容量近10MW,每年可产生绿色电源约1000万千瓦时；为响应国家移峰填谷的用电政策，积极推动了华东三家公司的电储能项目，福州、合肥工厂的消防水池蓄冷创新项目。通过绿色能源替代，公司2024年全年工厂端减排二氧化碳27,736吨。截至2024年底，共有四家乳制品工厂通过了国家级绿色工厂评审，六家乳制品工厂通过省市级绿色工厂评审。



| 环境管理体系 |

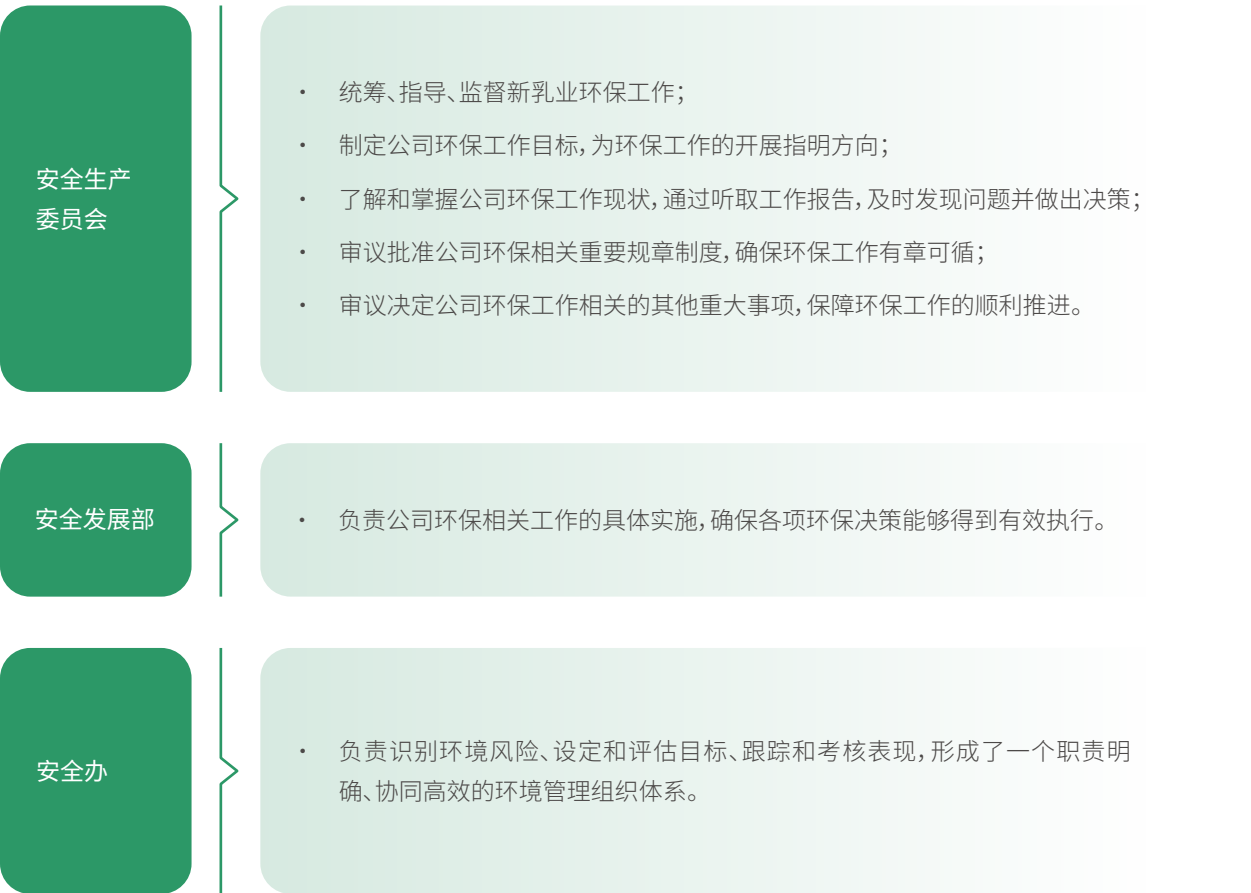
环境保护是企业可持续发展的关键要素，新乳业深刻认识到环境管理的重要性，积极践行绿色发展理念，致力于在生产运营的各个环节降低对环境的影响，实现企业与环境的和谐共生。

管理架构

新乳业构建了完善且层次分明的环境管理架构，以保障环境管理工作的有效推进。新乳业负责统筹、指导、监督生产经营单位的环保工作；生产经营单位对本单位的环保工作承担主体责任。新乳业安全生产委员会作为新乳业环保工作的最高决策机构，统筹、指导、监督新乳业环保工作。在牧业板块，实行分级监督管理模式。牧业本部承担着统筹管理的重要职责，负责指导并监督各牧场的环保工作；各牧场则对其内部的环保工作负主体责任。

2024年，公司在改善环境、废水和废气达标排放等环境治理和保护方面持续投入，累计投入超千万元用于环境治理和保护，工厂端的投入主要用于污水处理和废气治理等环保工程项目，牧业端的投入主要用于环境治理及隐患整改。

公司环境管理架构



管理制度与认证

公司秉持筑牢安全生产环保红线，以合法合规化管理为工作理念，积极推进环境管理工作。建立健全公司环保管理体系，提升环保管理系统能力，保障各工厂和牧场环保运行合法合规，切实履行企业社会责任，公司依据国家有关环保法律、法规，参照相关制度要求，结合自身环保工作现状，制定了一系列环境管理制度，包括《安全生产管理制度》《环保管理制度》《安全生产环保监督检查管理办法》《安全生产环保责任追究管理办法》以及《新希望生态牧业有限公司环保管理制度（试行）》等。

环保工作目标：	为公司的环保工作设定了清晰的方向和可衡量的目标，确保环保工作有的放矢。
环保管理组织架构及人员职责：	详细规定了各部门和岗位在环保工作中的具体职责，避免职责不清导致的工作漏洞。
建设项目环保管理：	对新建设项目的环保要求进行规范，从源头上把控环保风险。
污染物排放管理：	制定严格的污染物排放标准和管理措施，确保公司的生产活动符合环保要求。
突发环境事件应急管理：	建立健全应急管理机制，提高公司应对突发环境事件的能力，降低事件造成的影响。
环保舆情、环保风险事件管理：	加强对环保舆情的监测和应对，及时处理环保风险事件，维护公司的良好形象。
教育培训与环保档案管理：	通过开展环保教育培训，提高员工的环保意识和专业技能，同时规范环保档案管理，为环保工作提供有力的信息支持。

在环境管理认证方面，新乳业积极推进相关工作，获得了多项绿色认证和荣誉，如国家级“绿色工厂”认证、ISO 50001 能源管理体系认证工厂、省级“绿色工厂”认证、ISO 14001 环境管理体系认证的工厂等。这些认证不仅是对公司环保工作的高度认可，也为公司进一步提升环保水平提供了动力。



2024 年，环保总投入过千万。截至 2024 年底，公司获得国家级“绿色工厂”认证 **4** 家，省市级“绿色工厂”认证 **6** 家；ISO 14001 环境管理体系认证的工厂 **16** 家，ISO 50001 能源管理体系认证工厂 **3** 家。

环境风险管理

在风险评估与预防方面,各牧场将环保隐患排查工作常态化,每周由环保管理员进行细致排查,每月则由场长带队、各部门主管共同参与,进行全面深入的排查。一旦发现问题,立即采取整改措施,将环保隐患及时消除。同时,本部线路人员也会不定期到牧场进行环保督查,对牧场的环保工作进行严格监督,确保各项环保措施落实到位。各牧场还制定了环境风险评估报告,对牧场存在的环保风险进行全面、系统的分析,并制定相应的预防措施。

公司建立健全突发环境事件应急救援机制,旗下各分公司均编制了《突发环境事件应急预案》并在当地进行备案,并建立了应急救援队伍,配全应急救援装备和物资,注重污染预防和应急处置设施的日常管理,确保环境事件发生时能够迅速、有序、高效地进行应急处置。

案例

突发环境事件应急演练

2024年公司积极开展突发环境事件应急演练,制定了污水设施环保事件应急救援演练方案,通过提前模拟发现污水异常现象后,应急处置人员积极采取抢救措施,杜绝了环保风险事件的发生。



案例

唯品牧场汛期前污水满溢应急演练

唯品牧场在汛期前积极开展污水满溢应急演练,通过模拟真实的污水满溢场景,检验和提升牧场应对突发环境事件的能力。在演练过程中,各部门和人员密切配合,按照应急预案的流程进行操作,有效提高了应急响应速度和处理能力。



环保文化建设

公司积极组织环保培训,共计开发17门环保课程,通过线上培训及考试的方式,组织622人参加环保培训,不断提升人员的环保知识和技能。

与此同时,公司积极应对全球气候变化、减少环境污染,公司加入全球消费品论坛 (CGF) 组织成员,发展企业可持续包装转型。2024年7月,公司参加CGF中国可持续发展指导委员会年中会议,会议讨论CGF黄金设计原则加速领域减少塑料包装污染和CGF净零行动碳排放研究及最佳实践。



三废治理

新乳业严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规以及《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB 12348-2008)、《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》(GB 18599-2020)等国家及行业标准开展环境管理工作，严格污染物治理与处置，实现废水和废气的符合标准排放，固体废弃物的规范处理。

废水治理

公司污水均遵循不外排的原则进行处理,产生的废水主要为生活污水和生产废水,全部进入污水处理站进行处理,处理达标后排入工业园区污水处理厂。公司严格执行《中华人民共和国水污染防治法》管理要求,按照环评批复要求执行,污染物排放浓度远低于国家标准和地方标准要求,不超总量排放,不超标排放。

新乳业废水治理情况	
制度文件	《环保管理制度》
监控指标	主要污染物为COD、氨氮。
处置方式	公司采用A/O污水处理工艺处置废水,安装自动监测系统,实时监控水污染物的排放浓度,确保污水处理设施正常运行,水污染物达标排放。
减排目标与措施	公司通过节能减排等措施,减少生产用水量和废水排放量。污水处理设施通过技术创新,控制关键参数、添加药剂等,降低水污染物的排放浓度。
影响评估	公司污水进入园区工业污水处理厂,对员工和当地社区居民无影响;牧业公司污水不外排,对周边环境和人员无废水排放相关影响。

废气治理

公司废气排放主要集中于天然气、沼气燃烧后产生的各类废气污染物。报告期内,公司通过技术改造,加大热源回收力度,提升能效,降低废气污染物排放量;同时,主动收集污水处理产生的沼气并用于燃烧,减少天然气使用和甲烷排放量。

新乳业废气治理情况	
制度文件	《环保管理制度》
监控指标	主要有二氧化硫、氮氧化物、颗粒物。
处置方式	公司废气主要采用锅炉低氮改造、布袋除尘以及火炬燃烧三种技术措施进行处理,制定了废气自行监测方案,严格执行废气监测频次,保证废气治理设施运行正常,有效减少各类废气污染物排放量。
减排目标与措施	公司通过加强废气治理设施的日常管控,创新设备设施的技术改造及工艺的优化,加强人员教育培训和规范操作,降低废气污染物的排放量。
影响评估	公司废气排放对员工、当地社区居民无影响;牧业公司沼气燃烧废气排放对周边人员无明显影响。

废弃物治理

公司对于废弃物一般按照减量化、再利用的处理流程,在分类回收处理的基础上,将危险废弃物和不可回收废弃物都按照当地的法规制度进行统一处置,最大限度减轻对环境的影响。

新乳业固体废弃物治理情况	
制度文件	《环保管理制度》
监控指标	一般固废和危险废弃物。
处置方式	针对废弃物的管理,公司建立了完善的管理体系和相关制度政策。对于有害废弃物,公司建立了专门的废弃危化品储存室,进行集中收集和储存,并委托有资质的第三方合作公司定期进行集中处理,确保有害废弃物得到安全处置。对于无害废弃物,如污泥等固体废弃物,公司进行分类贮存,并委托具备资质的合作公司进行处置。在一些牧场,还积极探索污泥的回收利用,如采用CSTR(或UASB)和OA两级厌氧工艺,大幅减少污泥的产生量,并将其用于农业生产等领域,实现了废弃物的资源化利用。
减排目标与措施	公司积极推广低耗、高效、无污染和少污染的新工艺、新技术、新设备,尽量在生产过程中消除和控制废弃物的产生。

资源利用与节约

水资源利用

公司遵循节约优先、保护优先的原则，高度重视水资源的循环使用，不断优化生产工艺与节水技术，将循环用水理念贯穿到每一个生产环节。对于水资源利用，公司通过提高水资源利用率及中水回用，实现水资源的高效利用。工厂端中水回用于绿化灌溉，牧场用于农灌及绿化，合理使用循环水资源。

新乳业在生产经营过程中需要消耗一定量的水资源，其用水主要来源于市政管网供水、地表水及地下水。其中，市政用水约占总用水量的78.17%，地表水占比约4.17%，地下水占比约17.66%。2024年，公司总取水量为6,050,845.87吨。

与此同时，公司在水资源回收利用方面取得了显著成效，中水回用技术的推广和冷凝水回收利用项目的实施，有效提高了水资源的循环利用效率。2024年，循环用水量达452,613吨。公司还通过技术创新应用，如UHT杀菌机节能改善、蒸汽冷凝水热回收、清洗消毒参数的验证优化等节能应用，2024年生产单吨用水从3.5吨降到3.41吨，同比降低2.62%，进一步减少了水资源的消耗。



UHT杀菌机节能改善



蒸汽冷凝水热回收



清洗消毒参数验证优化

能源管理

新乳业坚信持续的能源资源管理创新是推动企业向可持续发展转型的关键，积极构建资源优化路径，包括优化能源结构、精细化能源损失管理、技术创新与新能源使用等。公司使用的能源主要包括电能、天然气和蒸汽等，通过对设备进行升级改造，加强能源管理，不断提高能源使用效率。

为降低能源消耗，公司采取了多种节约措施，引进先进的节能设备，对老旧设备进行升级改造，通过冷凝水热回收、塔水热回收、沼气利用、制冷机升级、消防水储能、更换锅炉省煤、杀菌机改造等措施，降低了用电量和耗汽量，部分牧场使用空气能热泵、太阳能等加热生活区热水，代替传统电加热热水器，减少了电力资源的使用。公司通过建立能源地图，识别能源耗用和损失点，并采取针对性的改善措施，包括技术改进和管理优化，有效降低了能耗。

公司积极推动清洁能源的使用，不断优化能源结构。工厂端沼气回收利用燃烧后产生蒸汽14,882.15吨，降低二氧化碳排放量23,901.92吨，替代天然气1,190,571.68立方米；光伏发电项目实现绿电6,599,356.83千瓦时的产出，降低二氧化碳排放量3,834.23吨。牧业公司牧场产生的沼气主要用于锅炉燃烧、食堂做饭以及发电，代替电加热锅炉、液化气使用以及部分用电设备负荷，沼气发电机发电量为646,918.2千瓦时。

循环经济

公司将循环经济理念融入生产经营的各个环节，致力于实现资源的高效利用和废弃物的最小化排放。为实现循环经济目标，公司制定了明确的计划，从生产所用资源的循环回收、提高资源利用率、使用可再生资源等方面推动企业向循环经济模式转型。在循环经济实践中，公司采取了一系列具体措施。在牧场中，奶牛产生的粪污经厌氧发酵后产生沼液，沼液作为液肥施用，在牧场自租土地上，用于种植青贮玉米，青贮玉米经收割发酵后作为奶牛饲料，形成了“牛粪-沼液-青贮玉米-奶牛饲料”的循环经济模式，实现资源的循环利用。部分牧场将干牛粪经垫料设备进行处理后，用于牛床垫料，减少稻壳、沙等外购垫料的使用，降低生产成本，实现废弃物的资源化利用。

案例

牧业公司干清粪工艺：资源循环利用与环保协同发展的成功实践

牧业公司采用干清粪工艺收集牛舍粪污，具体流程为，通过刮粪板或吸粪车将粪污收集起来，运输至集粪池，然后进行干湿分离。分离出的干粪，一部分经堆肥腐熟后用于配套农田，为农作物提供有机肥料；另一部分则交给有机肥厂进行加工处理。个别牧场还会对干粪进行再次干湿分离，利用垫料设备制作牛床垫料，实现资源的循环利用，而干湿分离液则进入沼气发酵罐或黑膜发酵池进行厌氧发酵处理，产生的沼液作为液肥还田，用于农作物的肥料，实现了污水的资源化利用。



生态环境保护与生物多样性

生态牧场建设

公司积极推进生态牧场建设,采用农牧结合的“种养循环”模式,实现资源的高效利用和循环发展。种植有机玉米青贮饲养奶牛,奶牛产生的干粪外售给有机肥厂制作有机肥,剩余液体经发酵罐厌氧发酵后施于周边农田,用于种植玉米等作物,形成了农作物与牧场之间的良性循环。公司不断优化牛粪再利用方案,如新增牛粪垫料设备将牛粪循环利用至牛舍垫料,减少外购垫料的使用,同时粪污发酵产生的沼气用于发电或供热,进一步降低电力资源的使用。通过这些措施,公司在提高生产效率的同时,减轻了对环境的影响,实现了生态牧场的可持续发展。

动物福利维护

新乳业高度重视动物福利,持续深化对动物福利的承诺。2024年,公司对智慧牧场进行全面升级,部署实施或升级了智能

预算系统、智能视觉喷淋、智能项圈升级、精准饲喂系统等一系列新装备、新技术。这些技术的应用有效优化了奶牛的生活环境,提高了奶牛的健康管理水平。智能视觉喷淋系统可根据环境温度和奶牛采食行为进行自动调整喷淋和风扇,确保奶牛在适宜的环境中生活;精准饲喂系统使投料精准率达98%以上,保证了奶牛的营养摄入。通过这些措施,公司为奶牛提供了更加舒适、健康的生活环境,体现了公司对动物福利的关注和保护。

生物多样性保护

公司在生产经营活动中,注重保护生物多样性。虽然公司生产经营活动对生态系统和生物多样性未产生重大影响,但公司仍积极采取措施,加强对生态环境的保护。在牧场建设中,公司合理规划土地利用,保护周边的自然生态环境,为生物多样性提供了良好的生存空间。公司还积极参与相关的环保活动,提高员工和社会公众的生物多样性保护意识,为保护生物多样性贡献力量。

| 以鲜为美·守护健康食光

回应的SDGs可持续发展目标



新乳业在多维度积极践行社会责任,推动企业可持续发展。营养与健康上,制定清晰的产品战略,满足消费者对健康食品的需求。产品质量与食品安全管理上,建立了全链条质量管控体系,严格遵循法律法规,通过自查、飞检保障产品安全,提升人员专业素养,确保食品质量。客户服务方面,搭建了完善的售后服务体系,高效处理客户投诉,借助数字化手段不断优化服务,提升客户满意度。负责任营销层面,公司严格遵守法律法规,开展了一系列具有影响力的营销活动,传递品牌理念,提升品牌形象。研发创新领域,公司在生物和数字科技领域不断探索,拥有专业研发团队并取得诸多成果,积极推进科研项目,开发新产品,部分技术和产品达到行业领先水平。新乳业通过多方面的努力,在实现自身发展的同时,也为行业发展和社会进步贡献了力量。



营养与健康机遇

营养与健康战略发展

2024年,新乳业在产品营养与健康领域积极布局,制定了明确的产品策略,反映了公司对市场健康需求趋势的精准把握,以及为消费者提供更营养、更健康产品的决心。

2024年新乳业营养健康产品营收占比统计数据



注:以上数据来源及计算方法。

1. 占比计算公式为:占比比例=2024年该产品营收/2024年新乳业市场奶营收。
2. 低钠指钠含量≤120mg/100ml(或100g);低脂指脂肪含量≤3g/100g或者1.5g/100ml;高钙指钙含量≥120mg/100ml。
3. 不添加糖指不添加天然糖、代糖等。
4. 功能强化产品指添加益生菌产品、A2牛奶、高钙牛奶、枸杞牛奶和无乳糖牛奶等。
5. 低或无人工添加成分产品:指未添加或比同类产品减少添加人工添加剂,如防腐剂、阿斯巴甜等食品添加剂的产品。也包含纯奶、鲜奶、部分高温杀菌乳产品在內。

公司产品在营养与健康方面获得了多项权威认证和荣誉。初心原味风味发酵乳获得了低GI认证,该认证表明产品在血糖生成指数方面表现优异,更适合追求健康饮食、关注血糖控制的消费者。这不仅是对产品品质的高度认可,也有助于提升消费者对产品的信任度和认可度,进一步增强公司在健康食品市场的竞争力。



初心原味获得了低GI认证

新希望乳业2024年新推出的营养健康产品

初心儿童酸奶

初心儿童酸奶,主打精准控糖,0添加蔗糖、0添加甜味剂。配方简单纯净,原料天然无添加剂,同时还借助新原辅料与新技术加持产品健康属性,从营养元素添加、含糖、美味度、功效等各方面进行品质的升级。

朝日唯品有机A2牛乳

朝日唯品在自营牧场中精选A2奶牛,为用户提供100%A2β-酪蛋白的牛奶,坚持自然养土,保证全程有机,每盒牛奶都可以扫码溯源,珍稀纯正、安心可靠。

活润多维晶球益生菌酸奶

活润多维晶球益生菌酸奶是一款以“多维营养”为核心的功能型酸奶,专为关注肠道健康、追求便捷营养的都市人群设计。科学搭配营养均衡,除采用自研3D包埋技术益生菌晶球,额外添加维生素晶球和矿物质晶球,补充钙/铁及VA/VC/VD,尤其适合久坐办公族、都市白领亚健康人群及注重养生的年轻消费者。

活润轻食杯酸奶

轻食杯系列填补了新乳业享受型低温酸奶产品0糖赛道的产品空白，敏锐地抓住当今市场轻食代餐的趋势，12mm超大颗果粒搭配谷物爆爆珠，更添加了B420益生菌，享受美味的同时身体轻负担。



初心常温酸奶

采用A+级鲜奶发酵，坚持不添加食品添加剂。初心酸奶倡导自然主义，以简单配方，带来美味享受。



新希望牛角包风味牛奶

牛角包口味丰富多样，含有80%生牛乳，赢得了年轻消费群体的喜爱。



数字化建设支撑极“智”供应链

公司通过搭建全流程的数字智能系统，实现“一杯奶”从生产到销售的全生命周期管理，以“极”质标准，造就卓越品质。



鲜奶源·“智”慧牧场, 原奶极鲜

通过奶牛的“身份证”，可以对奶牛体态进行全程追踪及信息集成，符合优质乳标准的原奶，在满足鲜半径的距离下，全程冷链运输，让每一滴鲜奶从源头安心。



鲜订单·“智”能预测、精准排产

各渠道、各场景通过数字化工具和供应链管理高效协同，实现订单100%线上化，订单智能预测系统不断提升订单准确率，以计划生产。



鲜生产·“智”造生产, 数字优品

作为生产链的“总控制”，十大数字化系统集成，实现“人机料法环测”全要素的在线信息互联共享。

多品柔性响应市场：首家实行订单从MES同步SAP系统，工单驱动智能运行，突破常规生产方式灵活性差的问题，生产过程可及时调整，生产模式可快速切换，柔性化设计有效确保了每天100个左右SKU的准时保质交付。

首家IT/OT深度交互：MES系统前端建模，实现生产标准对生产过程的精确指导，实现生产过程可视可控、标准化、规范化，参数实时采集，自动预警报警，保证质量恒定。数字科技带来的不只是效率的突破，更是品质的刷新。



鲜送/鲜达·“智”能速运, 鲜之体验

敏捷的供应链体系和管理，UPS系统自动路线优化实现精准按时配送5,000+便利店。GPS车辆跟踪系统与温控系统为车辆高效安全运转与产品质量提供保障。

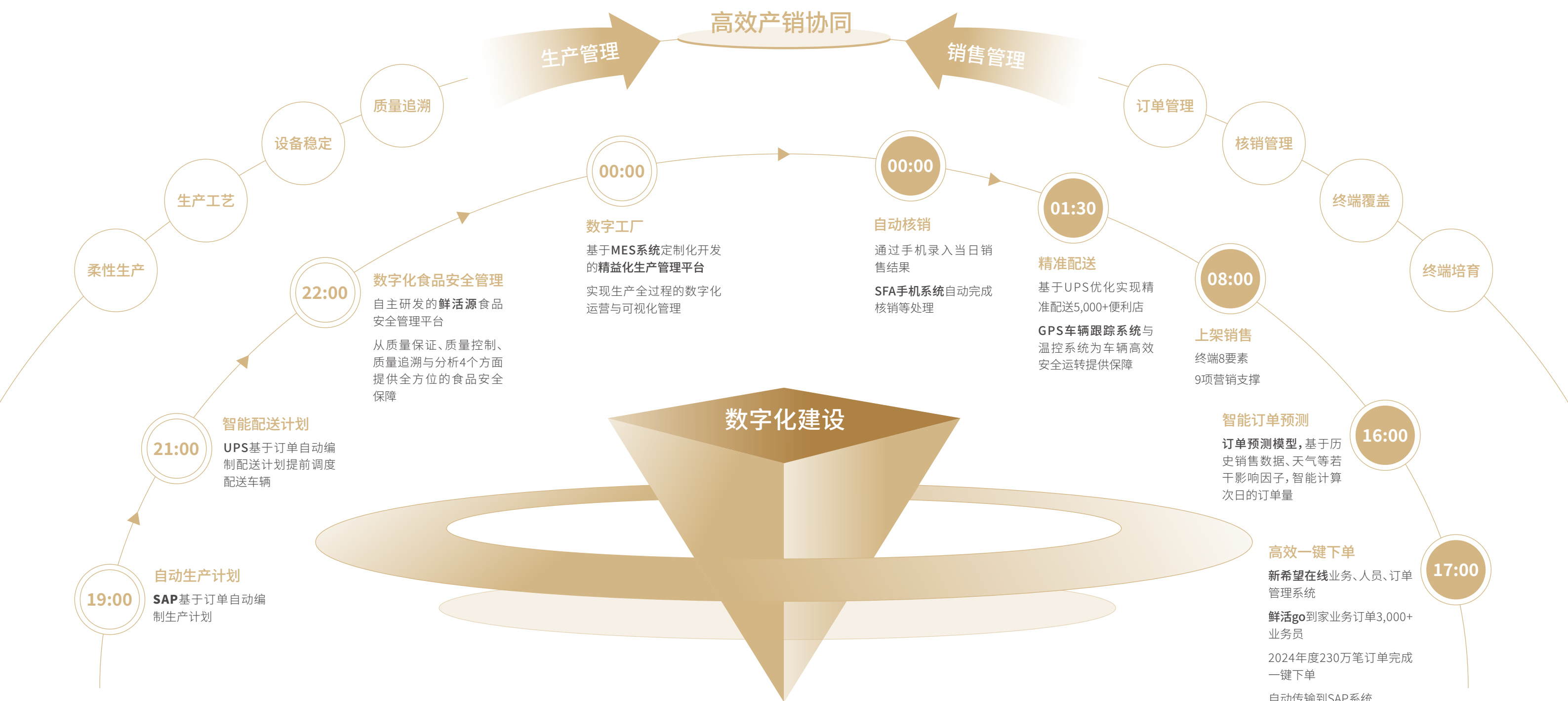


鲜见·“智”链追溯, 流程尽现

“鲜活源”食安追溯平台，实现多系统、多切入点的全程正反向追溯，以实现全链路食品安全智能化管理，“一码”鲜见。



供应链能力需要数字化的效率支撑



产品质量与食品安全

公司严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国食品安全法实施条例》《乳品质量安全监督管理条例》等法律法规，同时制定了《食品安全十大红线标准》《3+3食品安全风险管控体系》等公司制度，强化食品安全管控和各级主体责任落实。

产品质量安全管理体系

公司构建了完善的食品安全管理体系，全面加强食品安全管控。

公司总部成立食品安全管理委员会，由新乳业总裁任主任，首席运营官、食品安全监管部总经理及总部各业务线路部门负责人各司其职。委员会明确成员职责，成员与各线路食品安全小组负责人带头学习法律法规及国家标准，组织成员严格遵守。各子公司成立以食品安全总监为组长、各业务部门负责人为组员的食品安全小组，按要求开展日、周、月三级自查并季度考核，落实食品安全主体责任。公司所有工厂均配备“食品安全总监”和“食品安全员”。

公司总部食品安全监管部制定1000分考核标准，涵盖全链条7方面评估内容并设线路否决项，已迭代10代，依此对子公司及总部业务部门考核。通过《2024年食品安全管理考核方案》落实“一把手”分级考核，对风险问题分级激励或负激励，重大事故问责处罚。借助《3+3食品安全风险管控体系》，总部与子公司分别实施三级检查与自查，落实各级食品安全主体责任。

在质量管理上，公司践行“质量三让步”“四严”“五实”原则，依据国家法律规定落实各公司、部门食品安全主体责任。公司搭建“全链路数字化食品安全精准管控”体系，强化管控力度，质量管控覆盖从奶源前端到终端的各个环节，全方位保障食品安全。



公司质量管理流程



2024年产品质量管理工作成效

自查工作成果显著：2024年，15家子公司借助鲜活源平台高效开展自查工作，全面覆盖奶源、采购、生产、检验、流通终端等全链条环节，共生成46,842条日、周、月自查任务，且所有检查出的问题项均已完成整改，自查工作执行力度强、整改效果好。

外部监督表现优异：2024年公司接受外部职能部门的监督检查11次，外部监督抽检1418批次，在这些严格的外部监督中，监督检查及抽检合格率均达到100%，反映出公司产品质量和食品安全管理体系在外部监管下表现出色。

线路自查报告促进提升：公司总部各业务线路积极跟进子公司每月的自查情况，并形成101份线路月度自查报告。通过共享报告中的共性问题，各部门能够对照自身情况进行完善，从而不断优化质量和食品安全管理水平，体现了公司内部良好的沟通与协作机制。

专业人员储备丰富：截至2024年，食品安全食安线路拥有一支专业能力较强的人才队伍，包括10名高级工程师、77名中级工程师和122名初级工程师，为公司食品安全管理和技术研发等工作提供了坚实的人才保障。

截至2024年，新乳业多家工厂通过了ISO 9001质量管理体系、HACCP管理体系、FSSC 22000食品安全管理体系、ISO 22000食品安全管理体系、GMP等质量及食品安全相关的管理体系认证；9家公司通过了有机产品认证；3家公司通过了绿色食品认证；琴牌公司还通过了标准涵盖产品安全的关键控制体系、品质管理系统、产品控制、制程控制、工厂环境及人事的BRC英国零售商协会认证。

2024年各公司体系认证统计

公司名称	ISO 9001	ISO 22000	HACCP	GMP	FSSC22000	有机产品	绿色食品	BRC
雪兰								
七彩云								
海子								
华西								
阳平								
三牧								
南山								
蝶泉								
唯品								
天香								
琴牌								
白帝								
双峰								
双喜								
夏进								
澳牛								
昊尔								

食品安全管理举措

公司制定了《2024年食品安全管理考核方案》，完善1000分飞行检查标准，对考核分值及考核方式进行调整，强化三级自查的有效落实，利用数字化工具实现远程抽查和现场检查相结合，进一步提升食品安全管控的有效性；针对质量或食品安全事故、产品出厂放行等未达标时，严格追究相关负责人的责任。各子公司总经理作为食品安全第一责任人，签订2024年《食品安全目标责任状》，明确食品安全生产管理和食品流通等各个环节食品安全责任。

2024年，新乳业依托鲜活源全链路追溯平台搭建食品安全管理三大中心，即“监察中心”、“自查中心”、“飞检中心”。通过数字化手段在线进行食品安全监察、自查及飞检，高效推进问题整改；通过数据分析共性问题，为食品安全管理提供指引。

监察中心

通过监察中心在线监察，推进牧场端养殖环节、产品在工厂生产过程、物流销售终端规范管理，在线监察并上传监察过程照片，推进按期整改。

自查中心

各公司通过自查中心给各公司各部门自动派发每周、每月、每季度自查任务，自查内容涵盖全链条食品安全管控；线上提交自查内容，并100%完成整改和验证，闭环管理；各线路在线生成自查报告，总部线路管理部门结合各公司自查情况，总结共性问题，同时通过共性问题分布，推动系统改进，提升日常食品安全管控能力。

飞检中心

食品安全飞检任务在飞检中心发布，飞检小组完成飞检，在线生成飞检报告，在线验证问题整改情况，对高中风险问题、共性问题及系统问题进行分析 and 纠偏。

2024年新乳业食品安全管理工作成果

食品安全自查

任务派发与闭环管理：各公司利用自查中心自动派发自查任务，内容覆盖全链条食品安全管控。自查内容线上提交，整改和验证完成率达100%，形成闭环管理。各线路生成自查报告，总部据此总结共性问题，推动系统改进，增强日常食品安全管控能力。

食品安全飞检

严格检查全面升级：公司总部食品安全监管部实施食品安全分级管理，组织飞检小组对各子公司开展14次全链路飞行检查，并针对薄弱环节进行20余次专项突击检查。坚持“四个最严”标准，飞检标准升级，加强薄弱环节管控、三级自查和食品安全监察。

创新方式提升成效：运用数字化手段，采取远程抽检与现场检查结合的方式，注重日常过程管理，使飞检考评维度更全面。2024年下半年各子公司飞检平均得分898分，同比提升15分。

集团食品安全管理
成熟度评估

新希望集团邀请外部专家团队对新乳业2家子公司进行食品安全管理成熟度评估，结果为优秀和良好，其中优秀公司成为集团食品安全管理标杆。

食品安全文化建设

公司注重食品安全文化建设,开展了从总经理到基层员工的食品安全文化及相关知识培训。2024年,食品安全食安线路组织开展了34场近96小时的培训,内容涵盖食品安全法规标准、质量问题排查案例及设备关键控制点等,帮助2,079人次深入理解质量和食品安全管理方式方法。公司还通过酷学院等学习平台,将食品安全知识沉淀为微课或小视频,供食品安全技术人员在线学习,不断提升其专业技能。

酷学院开展的食品安全相关培训任务

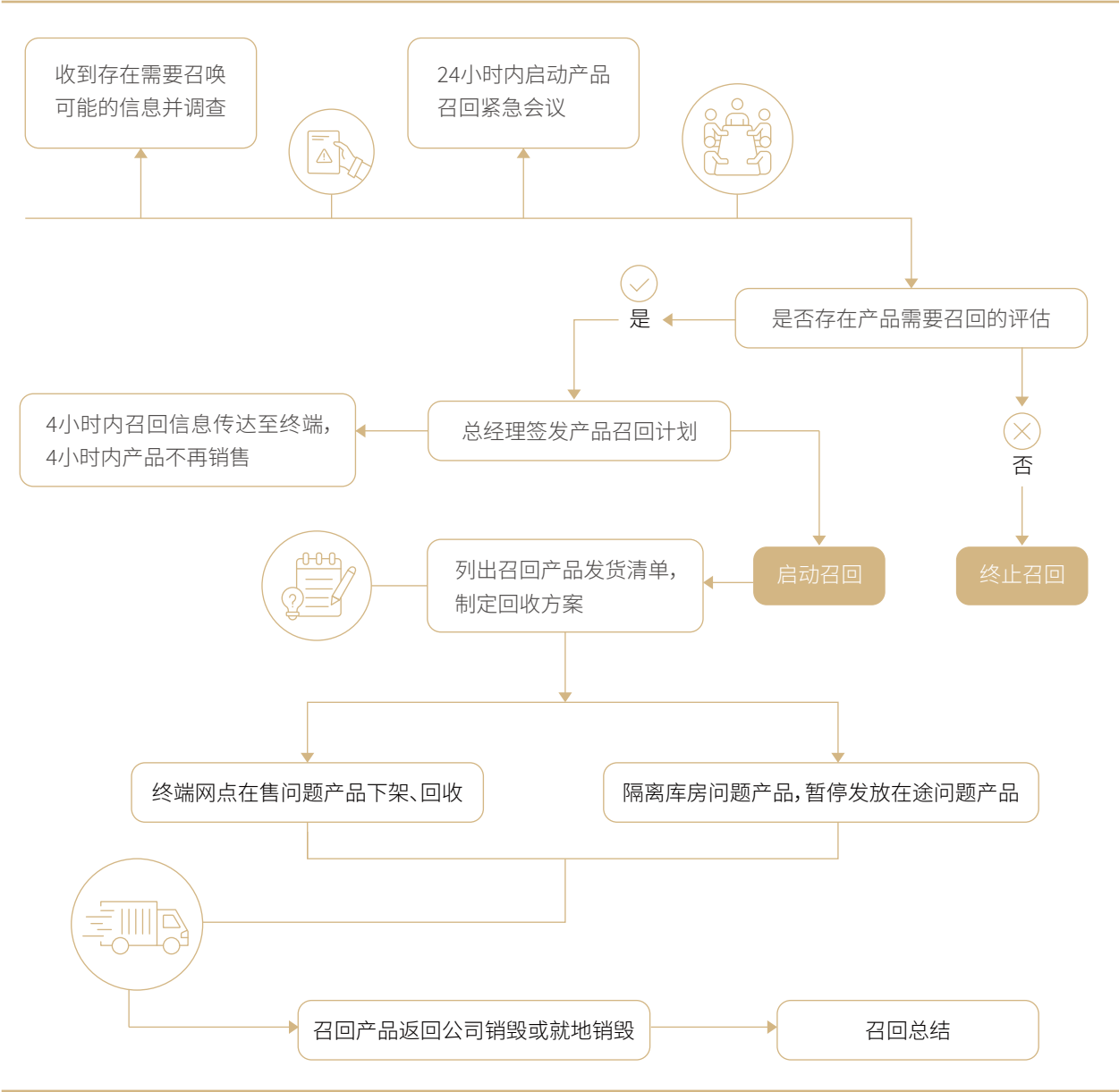


不合格品追溯与召回

在产品追溯和召回方面,公司借助“鲜活源”全链路追溯体系,实现了生乳、原材料、成品的正反向追溯,为质量管理、政府监管及消费者体验提升奠定了坚实基础。公司每年至少开展一次食品安全追溯召回和应急演练,以确保在突发情况下能够迅速、有效地应对。

2024年,公司产品抽检合格率为**100%**,同时,公司未发生因产品质量问题而导致主动或被动召回产品的事件。

召回产品流程图



| 深化客户服务 |

客户服务体系

新乳业构建了完善的售后服务体系,由10多个以生产工厂为单位的小型售后服务团队组成。这些团队负责接收各自工厂所属销售区域的消费者反馈,并对消费者的诉求和意见进行分类处理,力求将所有投诉妥善解决,确保消费者的问题得到及时、有效地回应。

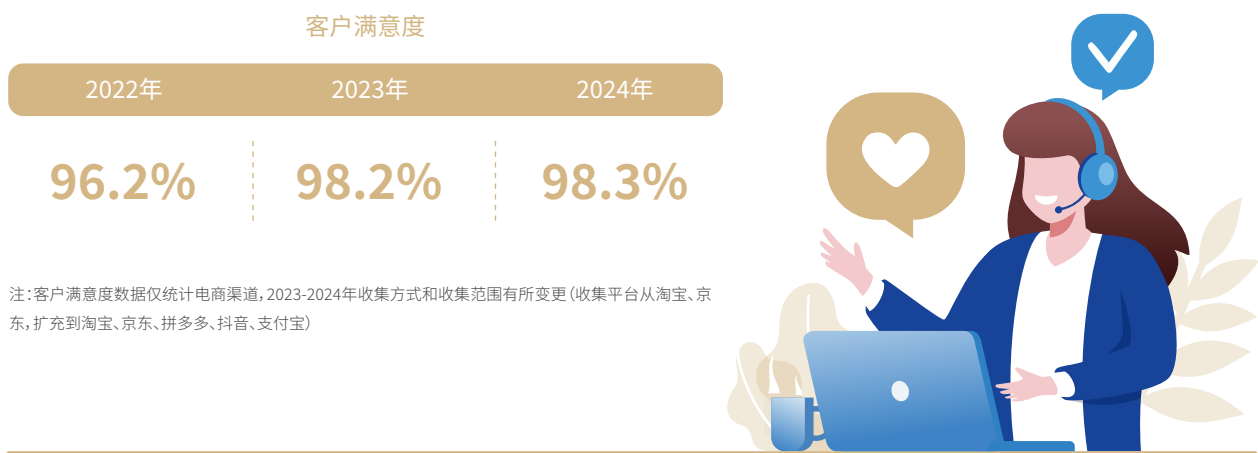


客户投诉与满意度跟踪

公司为客户投诉提供了多样化的受理途径,包括400热线电话、电商平台客服、官网联系方式、网络平台等。售后服务团队在接到投诉后,会先与消费者进行初步沟通,协商解决方式。对于典型问题,会反馈回工厂端进行源头追溯,并以此为依据优化生产工艺、业务流程和管理制度。

公司在客户投诉处理方面成绩显著,99%以上的客户投诉都能得到妥善处理,会根据客户的历史消费情况与实际情况进行合理沟通,尽力满足客户需求。

2024年,公司借助数字化工具,收集各个电商平台的消费者评价数据,并利用AI分析工具对评价进行正负面情绪及问题类别的细分。通过这种方式,公司能够精准识别消费者关注重点及业务短板,及时解决问题,并追溯问题源头,优化业务流程,从而系统性提升消费者体验和客户满意度。



| 负责任营销 |

压实负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国广告法》《食品安全国家标准预包装食品标签通则》等法律法规,并制定了《产品标签管理制度》《品牌宣传管理办法》对本公司产品进行内部约束,规范产品信息与标识,确保产品标签信息准确、完整,符合法律法规要求。

公司在负责任营销方面积极作为,构建了全面的管理体系。明确各部门职责,总部市场部、子公司电商部/市场部作为宣传资料的生产和发布方,承担主体责任,各条线负责人把关。公司建立严格宣传资料审核流程、规定审核时限。制定分级处理机制,对品牌公关舆情和产品营销纠纷按严重程度分级处理,明确报告和处理流程,费用由责任主体承担。同时,通过抽查、培训、建立案例库、考核等措施,提升营销宣传能力,防范风险。

积极开展健康营养宣导

新乳业在负责任营销方面开展丰富实践,通过产品包装、广告及媒体等平台向消费者科普产品营养健康知识,引导其形成健康饮食理念。

案例 澳特兰地球日活动

澳特兰品牌连续三年在“世界地球日”开展主题营销,以澳特兰有机纯牛奶为载体,与绿色公益项目蚂蚁森林联动。活动期间,通过澳特兰产品累计产出1,000万+蚂蚁森林绿色能量码,消费者扫码领取能量后可在蚂蚁森林进行植树造林等绿色环保行为。2024年,该活动在成都落地,联动成都世界园艺博览会,在世园会主会场植物馆打造澳特兰主题空间,通过绿色有机主题互动装置、邀请艺术家及绿色有机领域倡导者开展活动,向消费者传递品牌「有机生活,近在身边」的理念。此外,品牌还将有机空间落地青城山,联手本地生活头部平台打造10场绿色有机玩趣站活动,与更多本地消费者一起探索自然,亲近有机。线上通过本地媒体、达人投放,扩大活动影响力,将品牌理念传递给更多消费者。



案例 24小时x极地科考40周年营销

公司聚焦产品新鲜的差异化价值,旗下“24小时”品牌作为“中国南北极考察合作伙伴”,始终围绕“突破、坚持、热爱”的价值观,持续向消费者传递品牌的“极”质精神。2024年,恰逢中国极地考察40周年,公司在产品端积极布局,紧密结合极地大事件和珍稀物种元素,在全国6省推出“中国极地考察40周年限定”包装产品,覆盖超过百万家庭。与此同时,“24小时”品牌特别打造了“24小时x中国极地考察40周年联名礼盒”,以消费者喜闻乐见的交互周边形式,深度传递“极”质精神与价值观。活动期间,公司借助社交媒体平台展开多维传播,获得了显著的传播效果,有效提升了品牌的影响力和消费者的参与度。



同时,公司高度重视线下实体宣传,始终将结合产品实际生产场景与客户展开交流作为长期坚持的品牌宣传重点方向。公司积极为客户创造身临其境的体验,让客户深入了解品牌文化。通过这种方式,不仅能够增强客户对公司产品的信任,也有助于建立更加紧密的客户关系,进一步提升公司品牌的影响力和美誉度。

三 案例 与川航跨界合作七夕主题航线“爱你初心不变”

公司初心酸奶借助七夕节点,以“爱你初心不变”为主题,与四川航空跨界合作,打造成都 - 长沙往返主题航线及沉浸式航班,为异地恋人群搭建“鹊桥航班”。通过讲述当代双向奔赴的异地恋情侣故事,传递中国传统文化里的爱情观,以及“爱你初心不变”的品牌理念。活动通过线上线下联动的方式,打造强话题性和强体验感。线上借助微博打造热搜话题,联动小红书平台、本地微信大号持续发起话题有奖互动,为活动蓄势;线下在成都天府机场及长沙黄花机场投放硬广、打造线下快闪互动活动、进行机舱氛围布置和七夕花卡赠送等,成功上榜社交平台微博热搜话题,显著提升了品牌声量。



三 案例 今日鲜奶铺 x 永乐宫联名文化行销

今日鲜奶铺与永乐宫携手展开文化联名行销,以中国传统神仙文化为切入点,通过新春“移动的永乐宫博物馆”、永乐宫文创雪糕共创、六一神仙带你穿越的童年回忆营销、神仙壁画瓶营销以及永乐宫巴黎壁画展等五大事件,从节点营销、线下事件等多维度助力中国文化的创新和传播。这一活动与消费者建立了共鸣,获得了时报金像奖、麒麟奖、长城奖、虎啸奖等营销奖项,发扬了中国传统文化。



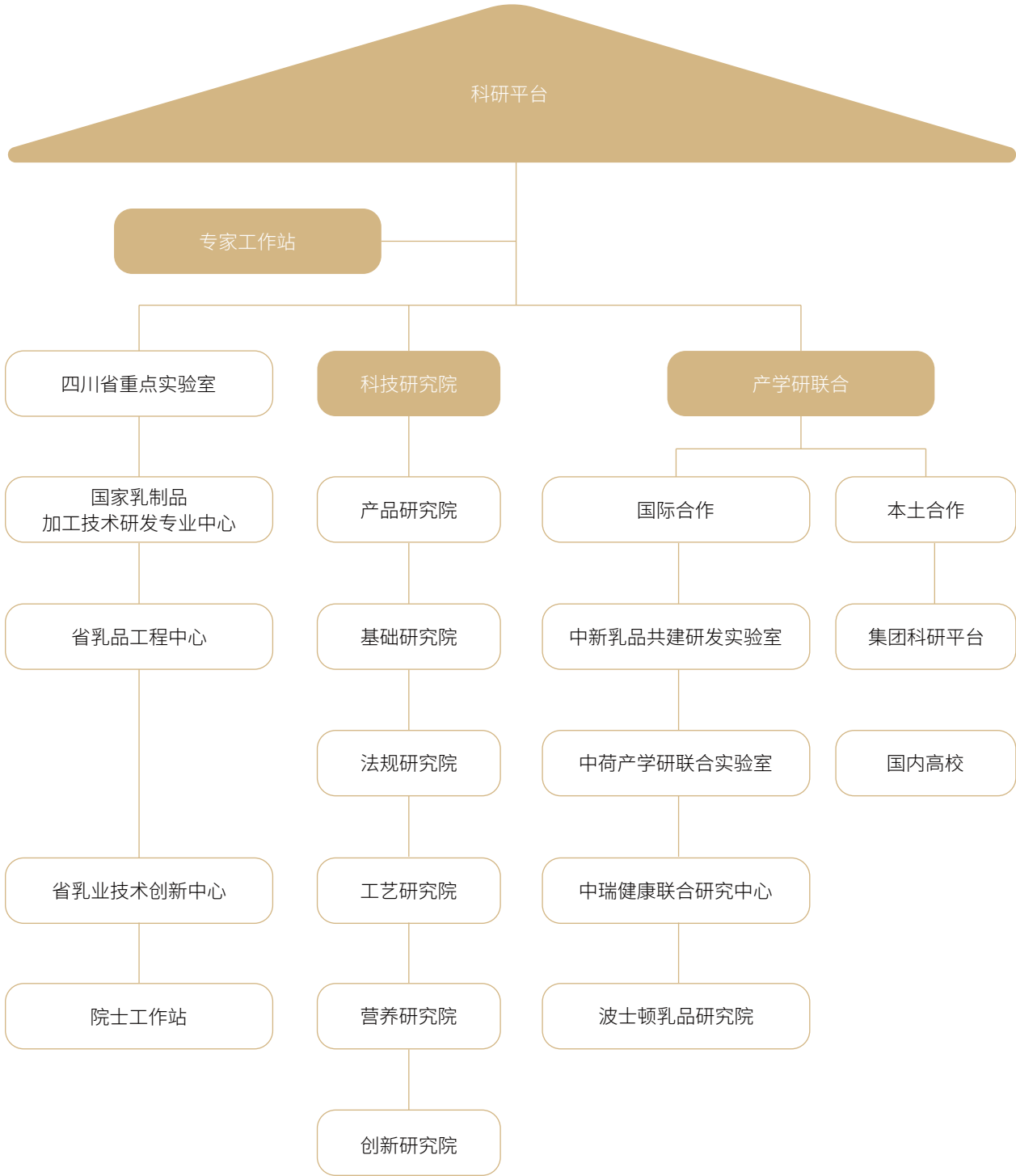
| 产品研发创新 |

研发创新治理架构

新乳业致力于成为“科技营养食品企业”，将生物科技和数字科技作为两大核心驱动力，持续加码科技创新。

生物科技领域	菌种研发与应用	公司拥有2,000多株乳酸菌的菌种资源库及产业化中试生产线，开发“FZLL”系列发酵剂和“菌小方”等产品，挖掘乳酸菌功能，提升产品价值。
	酶工程技术	深耕酶工程，处理改性原料成分，提升产品品质口感，支持新产品开发。
	三维控糖技术	结合多种技术研究控糖，开发低糖、零糖产品，满足健康需求。
	膜分离技术	研究膜分离技术，细分牛奶组分，提升优质乳活性物质含量，打造高品质鲜奶。
	绿色包装技术	推动包装绿色发展，24小时鲜牛乳用植物基纸盒包装，澳特兰牛奶纸盒获 FSC 认证，均可回收。
	3D包埋技术	利用生物大分子多糖包裹益生菌和营养素，提高益生菌存活率等，提升产品品质和口感，塑造差异化产品。
数字科技领域	AI应用转换	与爱莫科技合作，拓展AI应用，精准预测市场需求，支持产品研发等，提升竞争力。
	智能化与自动化改造	实现设备资产管理和订单线上化，引入自动化和智能化设备，提高生产效率，保证产品质量。
	供应链数字化管理	优化供应链管理，实现全程追溯监控，保障产品质量安全 and 新鲜度。
	大数据分析 with 精准营销	收集分析消费者数据，实现精准营销和个性化推荐，提高营销效果和客户满意度。

为激励创新，公司制定了《科研项目管理及创新产品考核激励办法》《新产品激励考核办法》以及《科技成果专项奖励办法》等制度，以鼓励科研队伍大胆创新。通过科技（新品）战略会对创新项目进行评审，将其分为A+、A、B、C四个等级，进行立项、跟踪及结题追踪管理，并按比例兑现奖金。公司还通过年度优秀创新案例评选活动，以激励奖金的形式对创新项目团队进行奖励，营造了良好的创新氛围。



研发创新战略举措

公司的研发管理流程包括通过多种渠道收集市场与行业信息进行识别研究,全面评估公司内部情况,依据相关办法对立项项目进行评级,以及针对不同项目制定监测计划并按月召开会议,根据监测结果调整策略和措施。

研发管理流程

识别市场与行业研究

密切关注市场动态和行业趋势,通过市场调研机构、行业报告、消费者反馈等渠道,收集消费者对乳制品的需求变化、竞争对手的创新举措以及行业新技术的应用情况等信息。

内部评估

对公司内部的技术、设备、人员、研发能力等进行全面评估,了解自身的优势和劣势,明确可创新的领域和方向。

立项

依据公司《科研项目管理及创新产品考核激励办法》,对年度待立项项目进行立项并评级。

监测和管理

针对不同的科技创新项目和风险机遇因素,制定详细的监测计划,明确监测的指标、频率、方法和责任人;对于正在研发的新产品,定期监测研发进度、实验数据、成本控制等指标。按月召开科技创新项目进度会议,汇报项目进展情况和遇到的困难。根据监测结果,及时调整科技创新策略和风险管理措施。

公司采取制定科技创新战略与年度具体目标、加大研发投入、培养研发人员、建立激励机制与规划职业发展、强化知识产权保护等措施,推动企业向“科技营养食品企业”发展,以生物科技和数字科技为核心驱动力进行创新,提升供应链效率和用户体验。

研发管理措施

制定科技创新的战略与目标

明确战略方向,确立“科技营养食品企业”的战略定位,将生物科技和数字科技作为两大核心驱动力,在产品、技术、设备等方面不断创新。

制定年度具体目标

每年推出新产品的数量,新产品的营收占比;在特定领域取得技术突破,降本增效的目标等。

加强研发投入

不断加大研发资金的投入,用于购置先进的研发设备、开展科研项目、并与国内外知名高校和科研机构合作。

研发人员培养

定期组织内部培训课程和学术交流活动,邀请专家学者和内部技术骨干进行授课和分享,提升研发人员的专业知识和技能水平;鼓励研发人员参加行业研讨会、学术会议、技术培训等外部活动,与国内外同行进行交流与合作,拓宽视野和思路。同时,与高校和科研机构合作培养人才,建立人才储备库。

激励机制与职业发展

建立完善的激励机制,对在科技创新方面做出突出贡献的研发人员给予物质和精神奖励,如奖金、晋升、荣誉称号等。为研发人员制定个性化的职业发展规划,提供广阔的发展空间和晋升机会。

强化知识产权保护

建立健全知识产权管理制度,明确知识产权的归属、申请流程、保护措施、侵权处理等规定,确保公司的知识产权得到有效保护。



公司以科技创新为驱动,致力于乳制品行业的技术突破与产品创新,制定了科技创新规划,持续提升公司研发硬实力,推动产业升级,满足市场需求。



持续推进西南地区乳酸菌菌种资源的筛选及自有益生菌等相关生物科技的研发,依托乳品营养与功能四川省重点实验室、四川省乳业技术创新中心等平台,在发酵乳用优良乳酸菌、益生菌及其产业化等核心技术方面深入布局。



以科技创新为核心动力,紧紧围绕“鲜战略”,强化发展低温高值鲜奶产品,积极优化布局优质奶源基地,持续投入鲜奶生产工艺技术的研发与创新;深入挖掘消费者的健康需求,在乳制品的营养、功能特性等方面开展持续深耕,推出以“24小时”系列产品为代表的高品质鲜奶产品,满足不同消费群体的需求。



破局大众化酸奶产品的“内卷”,实现低温酸奶业务的结构提升和优化。加强低温酸奶全产业链的投入,重点开发和持续布局差异化的自有乳酸菌、包埋技术、质构重建技术及多维控糖技术,塑造差异化的产品及品牌竞争,满足新一代消费者对低温酸奶口感、口味、功能、包装等需求。



继续加大乳品绿色低碳制造与质量控制端的建设,通过对乳制品的品质劣变与保障技术、新型绿色低碳乳制品工艺与装备研究、乳品溯源和预警数字化建设等,助力乳产业的机构升级。



继续加大在产品研发创新与高新技术转化应用上的投入,改造提升传统产业,探索AI技术在品牌宣传与数据管理领域的创新应用。

研发创新成果成效

公司在研发方面取得了众多进展和成果,自有菌种研究取得突破,多项基础研究成果投入研发应用,“FZLL”系列发酵剂、“菌小方”等科研成果实现稳定转化和产业化。与此同时,公司2024年获批四川省乳业技术创新中心,依托公司的研究平台成立的成都分子力量生物科技有限公司也在2024年顺利通过国家高新技术企业认证。

2024年研发进展和成果



自有菌种研究突破

自建菌种库拥有超2,000株乳酸菌株,多项基础研究取得显著进展并投入研发应用。自主开发的“FZLL”系列发酵剂、面向C端的即食型乳酸菌“菌小方”等科研成果,通过成都分子力量生物科技有限公司实现了稳定的转化和产业化。



技术创新应用

依托膜分离技术的深入研究,实现牛奶组分的细分,进一步提升优质乳中活性物质的含量,开发了24小时系列鲜牛乳。



新产品及包埋研发

开发了多维营养包埋技术,推出“活润轻食杯”“活润晶球”等新品,带动系列产品增长;草莓、五黑、南瓜等多款低温风味乳上市,带动整体低温风味乳增长良好。

截至2024年底,公司有研发人员**140**人,其中博士**2**人,硕士**37**人,人才储备丰富。

2024年,公司研发投入共计**9,393.09**万元,研发投入占营业收入比例同比提升,为研发创新提供了坚实的资金保障。

2024年,新增知识产权合计**33**件,其中发明专利**8**件,实用新型专利**6**件,软件著作权**7**件,外观专利**5**件,商标**7**件;

截至2024年底,公司累计持有发明专利**79**件,实用新型专利**322**件,软件著作权**23**件,外观专利**166**件。

产学研交流与合作

2024年,公司积极响应产业与政府研究合作号召,围绕产业新趋势,与高校、科研机构紧密合作,高效推进多项科研项目,搭建市场与科研之间的桥梁,推动产学研深度融合。

2024年新乳业科研项目进展

四川省科技计划“揭榜挂帅”项目

重点实验室联合7家国内优势学科高校院所与设备、生产领域龙头企业,共同筛选优质高效乳酸菌,开发关键生产技术,建立示范性中试生产线,实现直投式复合发酵剂产业化。

航天诱变育种研究项目

航天诱变育种研究项目:与哈尔滨工业大学合作,对搭载“实践十九号”卫星的2株自有明星乳酸菌开展研究,筛选优良诱变育种乳酸菌,探索菌种航天育种可能性。

创新包埋技术研究项目

依托四川省自然科学基金省院省校合作项目,与中国农业大学共同研究创新包埋技术,探究靶向释放机制及应用,推动益生菌及发酵乳制品产业升级。

国家乳业技术创新中心项目

持续推进与东北农业大学的合作,建设西南地区特色菌种资源库,建立乳酸菌功能评价体系,筛选可产业化人源双歧杆菌,开发新型发酵乳制品。

减肥功效益生菌研究项目

依托四川省自然科学基金项目,与哈尔滨工业大学合作开发减肥功效益生菌,探究减脂机理并进行产业化转化,开发相关发酵乳制品。

乳制品光氧化研究项目

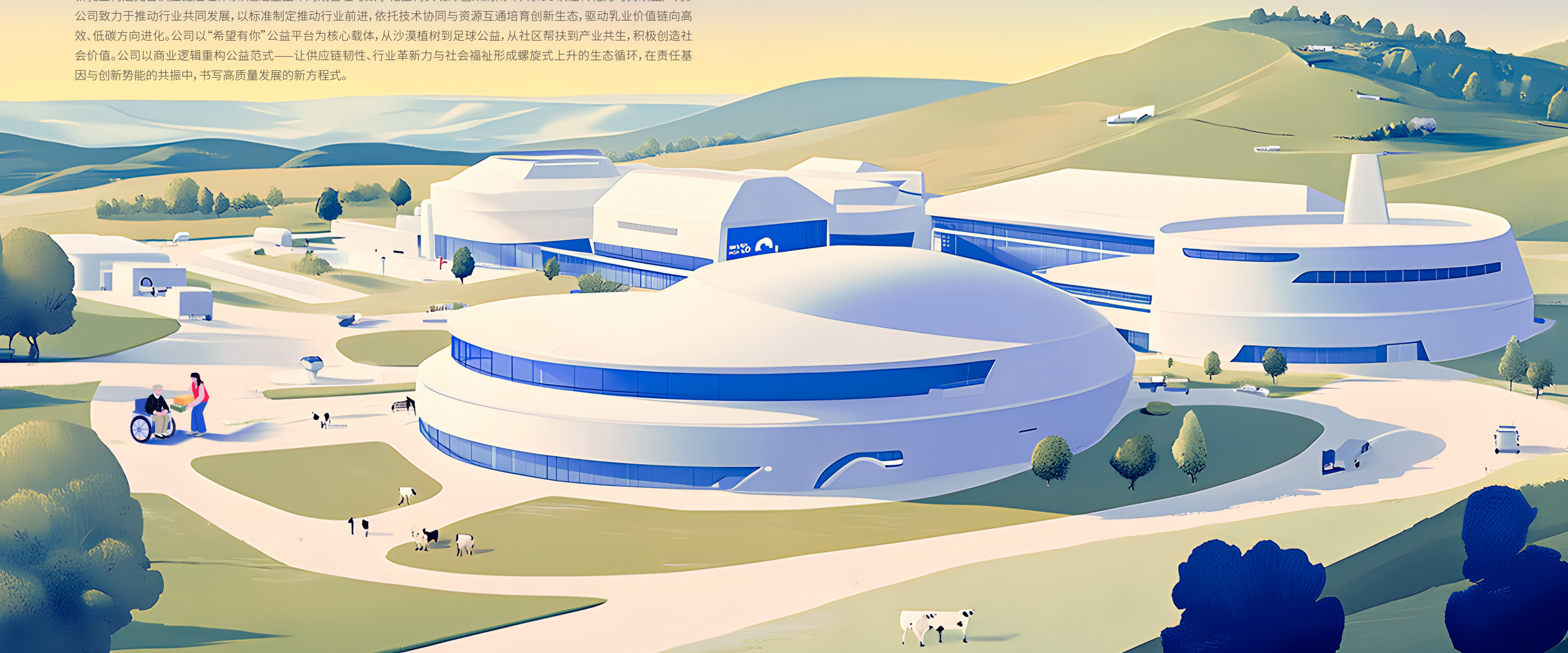
通过横向课题与四川省质检院合作,研究乳制品光氧化问题,明晰光氧化品质劣变机理,提升全品类乳制品货架期品质。

新质链动·携手公益前行

回应的SDGs可持续发展目标



新乳业构建完善供应链治理体系,通过全生命周期管理与数字化重构实现绿色采购闭环,将ISO认证转化为可持续生产力。公司致力于推动行业共同发展,以标准制定推动行业前进,依托技术协同与资源互通培育创新生态,驱动乳业价值链向高效、低碳方向进化。公司以“希望有你”公益平台为核心载体,从沙漠植树到足球公益,从社区帮扶到产业共生,积极创造社会价值。公司以商业逻辑重构公益范式——让供应链韧性、行业革新力与社会福祉形成螺旋式上升的生态循环,在责任基因与创新势能的共振中,书写高质量发展的新方程式。



| 负责任供应链 |

供应链治理架构

新乳业构建了一套全面且层次分明的供应商治理架构，总部采购中心与分子公司采购部紧密配合，旨在实现对供应商的高效管理与监督。



供应链安全风险识别与评估

新乳业高度重视供应链风险管理，通过一系列科学的方法和措施，对供应链风险进行全面、有效地管理。

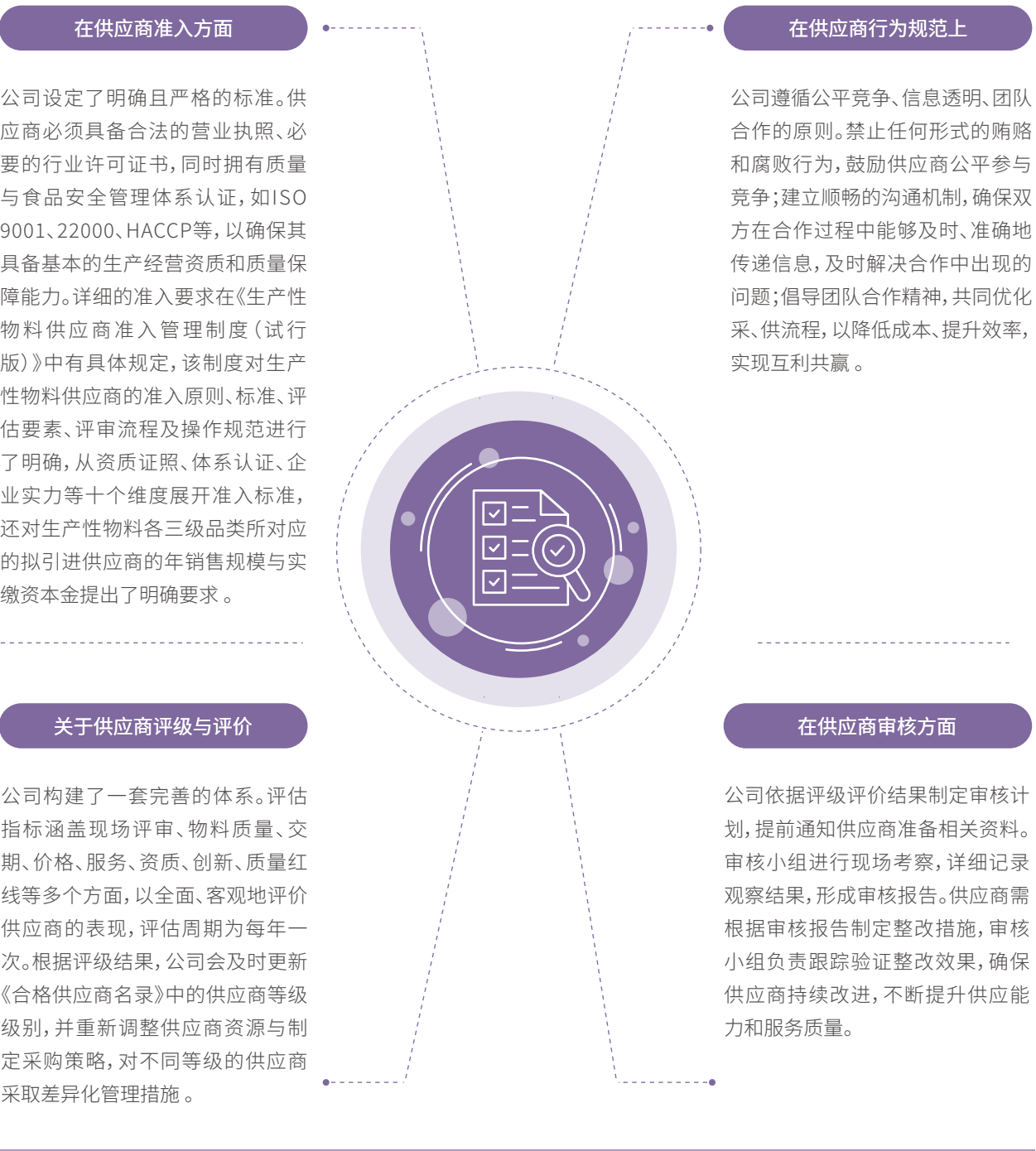
在风险识别阶段，公司运用市场调研、供应商评估、历史数据分析等多种手段，全面、深入地识别可能影响供应链稳定性的内外部风险因素。这些因素涵盖市场需求变化、供应商生产能力波动、原材料价格波动、政策法规调整等多个方面。

风险评估环节，公司对识别出的风险进行量化分析，综合评估其发生的可能性和潜在影响程度，从而确定风险的优先级。通过科学的评估方法，公司能够更有针对性地制定风险应对策略，合理分配资源，集中精力应对高优先级风险。



供应商全周期管理

新乳业制定了全面且细致的供应商管理制度，旨在实现对供应商的规范化、深度化和系统化的全生命周期管理，从而增加供应商价值、有效控制供应风险。这些制度涵盖了供应商管理的多个关键环节，包括寻源开发与准入、评级与评价、淘汰等。



指标	单位	2022年	2023年	2024年
供应商总数	家	1,007	922	828
国内供应商总数	家	925	852	764
海外(含港澳台)供应商总数	家	82	70	64

注：供应商总数为与生产相关的直接采购供应商（剔除生牛乳供应商）

供应商绩效评价与管理

新乳业制定了科学、全面的供应商绩效评价标准，从多个维度对供应商进行评价。评价维度包括现场评审、物料质量、交期、价格、服务、资质以及创新。

供应商绩效评级评定		
得分范围	绩效评级	公司措施
得分≥95 分	优秀	考虑进入优选供应商名录，优先参与更多项目，在多个供应商提供同一品类物料时，可增加其供货份额，还可与他们签订长期合同
95 > 得分≥90 分	良好	
90 > 得分≥80 分	合格	会对其在年度绩效表现中存在的不足与问题及时反馈，促进其改善，根据其改进意愿、态度及成效等决定是否缩短合作周期、减少订货量或频次或延长付款周期
80 > 得分	不合格	除给予整改观察期外，进行逐步淘汰，同时提前准备好备选供应商，保证供应的稳定性
存在因供应物料原因导致公司产品质量事故或食品安全事故	不合格（一票否决制）	

可持续采购

在供应商管理过程中,新乳业充分考虑环境和社会因素,致力于实现可持续采购。

在环境因素方面

公司优先选择获得环境管理体系认证(如 ISO 14001 认证)的供应商。这一认证表明供应商在环境保护方面具备完善的管理体系和措施,包括对能源使用效率的提升、水资源的合理管理、废弃物的有效处理等方面。通过选择这类供应商,公司能够在供应链源头推动环境保护,减少生产过程中的环境影响。

对于社会因素

公司重点评估供应商是否积极承担社会责任。这包括对员工权益的保护,如确保员工享有合理的工作时间、良好的工作环境和劳动报酬;对社区的贡献,如参与社区建设、支持社区发展等。公司也注重供应商的合法性和合规性,确保其经营活动严格遵守相关法律法规,如劳动法、税法等,避免潜在的法律风险和声誉损失。公司还会查阅供应商与以往客户的合作案例,了解其合作态度、沟通能力和问题解决能力,评估供应商的企业文化、价值观以及工作方式是否与本公司相契合,有助于建立更加紧密和高效的合作关系。

新乳业积极推动绿色供应链建设,在供应商选择与准入环节优先选用获得 ISO 14001 环境管理体系认证的供应商,在同等条件下,优先录用绿色低碳供应商。

公司采取了一系列具体措施来践行绿色供应链理念。在包装材料选择上,为响应国家环保政策,积极践行企业社会责任,部分产品配备使用 PLA 可降解吸管代替传统的塑料吸管。公司使用可回收周转箱替代传统纸箱包装,减少纸箱使用;对现有纸箱进行循环利用,由供应商回收后降级使用,减少纸箱投入;优化玻璃瓶类产品内部涂层,使原一次性使用玻璃瓶可回收使用,减少新玻璃瓶产品的投入,有效助力节能减排。在唯品产品中,使用植物基 / 纸质材料代替塑料外包、塑料勺,这些环保材质的外包装还可循环利用,且创意设计符合 CGF 黄金设计原则。

案例

全力推进CGF塑料包装优化行动

在2024年,公司在CGF塑料包装方面持续推进优化举措。在包装轻量化方面,针对用量最大的两款瓶型进行克重优化,将原28g塑瓶降低至26g、33g塑瓶降低至31g;将 PET 瓶外部全套标标签改为半套标,减少材料使用。在减少包装材料组成方面,桶装奶改为内塞盖子,取消封口垫片;减少有色PET瓶的使用,使用透明PET瓶。在流通环节,采用PP循环周转筐替代一次性周转箱。

公司建立了采购数字化系统(SRM),通过该系统实现了组织生态和业务生态的全面数字化。

在组织生态方面

SRM系统将总部采购中心、分子公司采购部、相关领导、监管部门(食安部、审计部)、供应商等组织有效串接,实现了各组织之间的互联互通,打破了信息壁垒,提高了沟通效率和协同工作能力。

在业务生态方面

实现了供方管理数字化,所有供应商,包括潜在、预备、合格类供应商,都纳入系统管理,对供应商注册、编码管理、档案、历史评估资料、合同、价格及物料信息变更等业务进行有效记录和管理。实现了业务操作数字化,涵盖采购招标、寻比价、采购需求、采购计划、采购申请、采购订单、收货、对账、发票、货款支付等采购业务全过程管理,提高了采购业务的操作效率和准确性。实现了数据管理数字化,采购执行过程中的业务数据不断沉淀,形成采购数据库,通过数据分析与处理,反向赋能采购业务管理,为采购决策提供数据支持。

指标	2022年	2023年	2024年
新增供应商中使用ESG维度评估的百分比	≥98%	≥98%	≥98%
签订廉洁条款的供应商比例	≥98%	≥98%	≥98%
供应商获得ISO14001认证数量	53%	56%	58%
供应商获得ISO45001认证数量	40%	41%	44%
供应商获得ISO9001认证数量	90%	90%	91%

廉洁采购与反腐败

新乳业高度重视廉洁采购和反腐败工作,采取了一系列措施确保采购过程的廉洁和公正。

在制度建设方面,公司制定了相关制度要求,在与供应商签署采购合同及协议时,将《阳光合作协议》作为附件一并签署,以此作为双方共同遵守的阳光合作管理行为准则。

公司建立了内部审计体系,加强对采购行为的监督和审计,并对采购流程和记录进行审计,及时发现并纠正问题。公司建立举报制度,鼓励员工对采购过程中的违规行为进行举报,形成内部监督机制。公司还加入信息化审计手段,通过信息化技术提高采购管理的效率和准确性,降低人为错误和舞弊的风险,使采购过程更加透明、规范。

2024年,公司采购合同中的《阳光合作协议》签订率超**98%**。

本地化采购

在可持续发展理念深入人心的当下,新乳业深刻认识到本地化采购具有诸多显著优势。通过与本省供应商紧密合作,不仅能够有效降低物流成本,减少运输过程中的能源消耗,还能显著减少温室气体排放,为环境保护贡献力量。公司积极推行本地化采购,致力于维护良好的社区关系,促进当地经济发展,实现企业与社区的共同繁荣。



行业共进

经销商支持与赋能

经销商是新乳业与市场间的关键纽带。公司通过培训、大会、提升与帮扶活动以及多种支持机制,助力经销商提升能力、优化运营、实现销售增长。2024年,公司通过开展经销商培训、举办经销商大会,强化沟通与协作,推动销售策略与市场规划的落地实施。在提升与帮扶方面,公司通过信誉授权、LKA专项提升、综超资源投放等措施,支持经销商拓展市场、提升业绩。同时,公司还提供月度销售政策支持、市场推广支持、专项激励以及物流配送支持,全方位助力经销商在竞争中保持优势,实现互利共赢与持续发展。

经销商培训

2024年,公司针对经销商开展培训共计36场,培训2,722人次。培训内容主要涉及:产品知识及品类管理、终端基础业务管理、客户体验提升、形象店运营、盈利ROI等知识。

经销商大会

2024年,公司共计开展经销商大会13场,分半年度或年度、重点项目阶段等不同时间在销售公司或重点区域市场召开经销商大会,会议主要围绕工厂参观、行业现状及消费趋势分析、年度销售策略及重点IMC营销/产品/渠道等规划宣贯、区域优秀表彰及案例分享内容展开。

经销商提升与帮扶活动

在城市群拓展方面,公司构建了多维赋能体系:通过专项信用授权机制缓解客户资金压力,同步开展渠道诊断与标准化运营体系建设,覆盖终端管理、供应链优化等核心环节;针对不同层级商超场景差异化配置资源,核心门店采用专业驻店团队强化标准化运营,全域布局周期性快闪推广及主题营销活动,并策划产业链溯源体验项目,将牧场参观、生产工艺展示与食育传播结合,深化品牌品质认知。

在重点零售客户合作方面,建立深度协同机制:围绕销量规划、核心品类规划、资源需求规划及品牌投放规划做深度沟通,双方达成共识并共同推进,提升业绩。

在经销商成长支持层面,公司开展了多项专项营销活动和措施:采取下沉市场网格化车销服务强化终端覆盖,建立管理层客户走访机制定制化解决经营痛点,同时聚焦低温产品渠道重塑,依托大单品策略优化产品结构,系统性提升经销商盈利水平与抗风险能力。

其他的支持或激励机制

依据各销售区域经销商市场销售情况及竞品情况,给予新品及重点品政策倾斜等支持,保持其市场竞争优势,实现互利共赢。

节庆期间开展终端迷你秀、大型路演等活动,提供物料制作、助销物料、赠品、人员等支持,帮助经销商实现销量突破,帮助客户提升终端表现。

针对不同市场, 制定不同促销方案, 提升客户积极主动性; 阶段性为经销商提供支持, 促进产品动销。

物流配送积极响应市场诉求, 快速制订配套配送方案, 全力保障产品运输; 新增配送路线, 鲜供保障; 提升产品新鲜度, 通过新鲜度保障提升竞争力和动销。

平等对待中小企业

2024年公司严格遵守与中小企业的合同条款, 确保了所有符合合同约定的应付款项均按时支付。公司承诺继续维护与中小企业的良好合作关系, 保持财务责任和稳健的资产管理, 以确保对所有合作伙伴的平等对待。

引领行业标准

2024年, 新乳业入选四川省食品饮料产业协会副会长单位; 参加中国乳制品工业协会第三十次年会, 《乳质构重建与控糖关键技术研究及产业化应用示范》项目荣获技术发明二等奖; 参加2024年中国奶业协会第十五届奶业大会, 《益生菌包埋关键技术开发及其在发酵乳中的产业化》荣获2024奶业重大科技创新成果。

公司在提升运营能力方面的成绩得到广泛认可, 新华西工厂顺利通过TPM (全球卓越制造大奖) 优胜奖终审; 昆明雪兰24年荣获国家级绿色工厂; 公司连续五年荣获由德勤、哈佛商业评论、新加坡银行、香港科技大学联合评选的“中国卓越管理公司”, 并成为摘得该奖项金奖的首个中国乳企。

公司参与的国标或行标	
参与且已外发的标准	• QBT 5705-2022《乳制品行业绿色工厂评价要求》 • QBT 8042-2024《灭菌乳工艺规范》 • QBT 8043-2024《调制乳工艺规范》 • QBT 8044-2024《发酵乳工艺规范》
参与但还未发布	• 国标 GB/T 18706《液体食品保鲜包装用纸基复合材料》 • 行标《浓缩发酵乳和风味浓缩发酵乳》 • 行标《食用菌剂体外模拟消化道的活菌率检验方法》 • 行标《乳酸菌制品》
作为牵头单位制定但还未发布	• 行标《晶球食用菌剂》

行业发展合作

新乳业秉持“共创共赢、携手发展”的理念, 积极投身于各项工作, 深入推进“共创、共责、共展、互支”行动。在日常运营中, 公司通过与供应商、合作伙伴紧密协作, 共同开展新品研发、提升产品质量、优化供应链管理, 实现互利共赢的发展局面。在社会责任方面, 与各方携手参与公益活动, 共同应对行业挑战, 履行企业社会责任。

公司还高度重视行业交流与发展, 积极参与各类行业研讨会、峰会等活动。在这些活动中, 新乳业凭借自身丰富的实践经验和深入的市场研究, 分享创新发展动态, 与行业专家、同仁共同探讨行业发展趋势, 深化行业洞察。通过积极参与行业交流, 新乳业不断为乳品行业的未来发展贡献智慧和力量, 推动整个行业朝着更高质量的方向迈进。

案例

以新质动力打造“新鲜”样板! 新乳业闪耀中国奶业大会

在2024年中国奶业大会上, 新乳业作为“新鲜”势力代表, 携明星产品亮相。董事长分享联农带农成果, 并为高质量奶制品代言。新乳业持续推动科技创新, 建立科技双轮驱动模式, 推进数智化转型, 实现全产业链数字化管理。强化“新鲜”价值, 推出高品质低温乳制品, 加强新鲜饮奶知识科普。同时, 公司积极投身乡村振兴, 帮扶农户, 成为奶业联农助农典范。



案例

携手合作伙伴开展“守护生态贺兰山”公益植树活动

2024年4月22日, 在第55个世界地球日到来之际, 新乳业再度携手中国绿化基金会, 带领公益伙伴前往阿拉善腾格里沙漠, 开展“守护生态贺兰山”公益植树活动, 并向中国绿化基金会进行捐赠。新乳业将继续坚持和探索企业的可持续发展, 积极推进产业链绿色转型升级, 为维护地球生态环境做出贡献。



社会公益

社会贡献

新乳业积极参与社区帮扶活动,力所能及地承担社会责任,日常开展慰问困难群众、患病儿童、困难学子等活动;在春节、五一劳动节期间主动慰问社区基层劳动人民;六一儿童节慰问周边幼儿园,关爱祖国花朵。新乳业2024年累计开展社区公益活动48场,累计参与志愿活动的职工533人次,累计公益时长517小时。

案例

食育乐园

公司将“食育乐园”作为食育教育平台,融合德、智、体、美等多方面教育,通过寓教于乐的方式,增强儿童及其家庭的健康意识和营养知识,增强消费者对质量安全的信心。2024年,新乳业在全国9个城市累计开展食育活动2,655场,覆盖亲子家庭、学校团体及行业参观者近22万人次,邀请超过10万用户走进本地工厂,通过全链条透明化体验,强化24小时品牌“新鲜”、“品质”的品牌标签。新乳业结合多元化互动场景,如推出“鲜奶实验室”、“美食DIY”等活动与用户建立深度链接,成功将品牌理念转化为用户感知,实现社会价值与商业价值的双赢。

“希望有你”公益平台：十四载微光守护儿童未来

“希望有你”公益平台是新乳业公益之心的具象化体现,深耕乡村儿童关爱领域14载,以“小公益、大影响”的可持续公益理念为指引,依托公司全产业链资源优势,构建“教育支持+营养改善+心理关怀”三维赋能体系,持续书写“用产业温度守护成长希望”的责任篇章。

截至2024年末



“希望有你”公益平台累计募集资金

1,110万元



累计开展公益活动

252场

案例

“希望有你,逐梦绿茵”项目

2024年,希望有你公益团队来到贵州省榕江县,通过足球场修缮和足球老师专业教学,让当地的孩子们更好地学习足球技巧、更快乐地享受足球运动。该项目为孩子们提供了更好的体育教育资源,有助于培养他们的兴趣爱好和团队合作精神,促进全面发展。



乡村振兴

新乳业通过产业振兴、人才振兴、资金与技术支持等多方面的举措,全面推进乡村振兴战略的实施。新乳业在社会公益领域做出社会贡献,在乡村振兴板块积极作为,在促进乡村经济发展、提升农民收入水平、培养乡村人才等方面取得了一定成效,为乡村的可持续发展奠定了坚实基础。同时,企业在乡村振兴过程中,也实现了自身业务的拓展和品牌影响力的提升,达到了企业与乡村共同发展的良好局面。

案例

产业振兴

公司在宁夏、甘肃、云南、四川等偏远地区投入约2亿元,收购农户玉米青贮共计32.8万吨,解决部分农户青贮售卖难问题,为社会的发展、乡村的振兴贡献了力量,充分展现了企业的社会责任担当。

公司在宁夏海原县、吴忠市利通区、甘肃永昌县租赁牧场周边土地约1万亩,有利于提高土地资源利用率,带动种植业发展,年投入近500万元。



案例

人才振兴

在云南大理,新乳业分别在2024年3月、7月、12月举行第三届、第四届田间学校辅导员培训班(TOT)及结题会议,每次分别辅导洱源县中小养殖场10余家,养殖户50余人。本项目共组织举办3期辅导员培训班,培训100多名养殖户,辐射带动周边养殖户600余人,其中女性占比57%,涵盖白族、佤族、傈僳族、彝族等多个民族;编制低碳养殖材料4套,发放数量1,200余份。这些培训活动提升了养殖户的专业技能和知识水平,为乡村培养了一批懂技术、会管理的养殖人才,促进了当地畜牧业的发展。

| 鲜生聚力·共塑人才新貌

回应的SDGs可持续发展目标



公司坚持以人为本，为员工提供涵盖健康、生活、财务保障等多维度的福利与关怀，通过不断完善人才发展路径，优化员工培养体系，建立员工激励计划，为员工营造舒适安全的办公和生活环境，让员工将自我价值与公司价值相结合，实现与公司共同发展和进步。



| 员工发展 |

员工发展管理架构

公司整体的员工发展战略由新乳业组织与人才委员会制定，提报公司董事会薪酬与考核委员会决策后，人力资源部/人力行政部作为公司员工发展工作的主要执行部门，负责薪酬福利、多元化用工、劳工权益、员工培训等一系列与员工发展相关具体事务的开展。新乳业的所有子公司均设立了人力资源部/人力行政部开展相关工作，保障员工权益。

公司员工发展管理架构

董事会薪酬与考核委员会

新乳业及下属子公司组织与人才委员会

人力资源部/人力行政部

决策层

经营层

执行层

员工发展战略

员工雇佣与流动

◎ 合规雇佣

公司制定了《招聘管理及录用制度》，确保招聘过程公开、公平、公正，立足企业实际与长远发展，科学规划人力资源配置，优化人才结构，匹配岗位需求，并严格控制用工总量，进一步提升公司声誉与团队建设。

新乳业的招聘原则

供需平衡原则	结构优化原则	人岗匹配原则	合理控制人员增长原则	公开、公平、公正原则
立足实际、着眼长远，结合企业发展对人力资源的需求，科学计划，有效组织。	通过员工的有效补充，不断优化人才队伍的整体素质结构，适应企业可持续发展需要。	根据不同岗位的实际需要，合理确定招录条件，避免人力资源的浪费。	用工总量必须严格控制在公司审定的定编定员范围内。	公司的招聘与录用工作，要计划透明、标准一致、渠道畅通、操作规范、择优选拔。

新乳业人权相关的雇佣承诺

反童工与反强迫劳动

公司郑重承诺严格遵守国内外所有关于禁止使用童工和杜绝强迫劳动的法律法规，始终秉持公平、公正、人道的用工原则，为员工提供安全、健康且自由的工作环境。公司坚决反对任何形式的童工使用和强迫劳动行为，并将此作为公司运营的基本准则和道德底线。为避免使用童工、避免强迫劳动的措施如下：

- 在招聘员工时，要求应聘者提供有效的身份证件，并仔细核对其年龄信息，对于无法提供有效证件或年龄存疑的应聘者，将拒绝其入职；
- 宣贯考勤管理要求，明确劳动者和用人单位的权利和义务，防止用人单位利用劳动合同进行不正当约束。
- 加强对劳动合同签订和履行的监督，确保劳动合同内容合法、公平，维护劳动者的合法权益。

反骚扰

公司明确禁止任何骚扰、欺凌和歧视行为，重视女性员工的职场保护，并对违规情况依法进行严肃处理。

个人隐私保护

公司尊重和保护员工个人隐私，在未取得本人同意时不对外公开员工的个人隐私资讯。

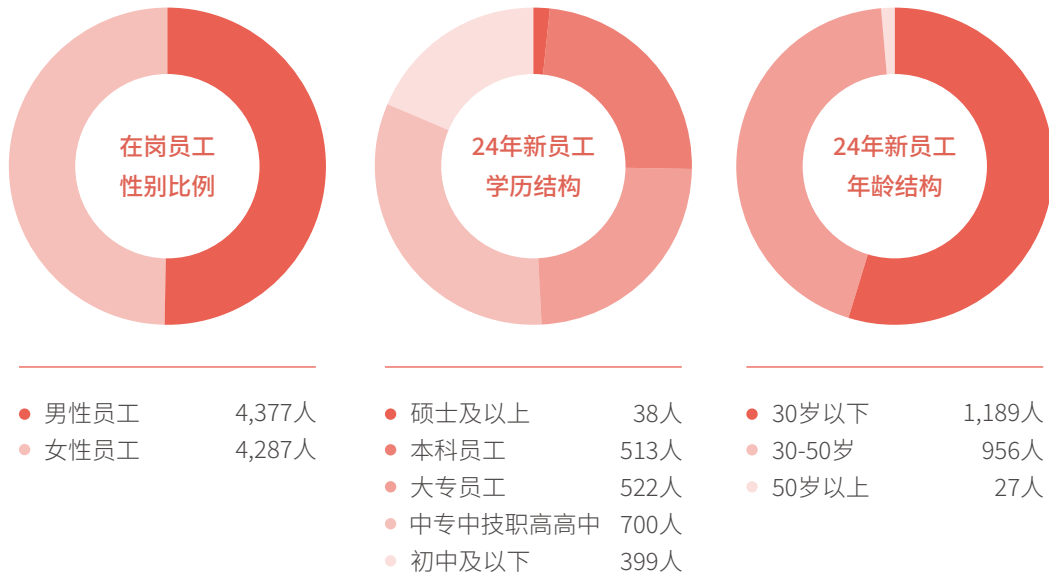
新乳业员工流动

指标	单位	2022年	2023年	2024年
新雇佣员工数量	人	2,888	2,474	2,172
男性	人	--	1,458	1,294
女性	人	--	1,016	878
30岁以下	人	--	1,312	1,189
30-50岁	人	--	1,101	956
50岁以上	人	--	61	27
员工离职率	%	33%	26%	24%
员工离职人数	人	3,174	2,380	2,065
男性	人	--	1,288	1,189
女性	人	--	1,092	876
30岁以下	人	--	1,054	964
30-50岁	人	--	1,164	980
50岁以上	人	--	162	121

◎ 平等与多元化

公司承诺所有员工均不会因民族、种族、性别或宗教信仰的差异而遭受任何形式的歧视，坚决捍卫每一位员工的平等权益与公正待遇。公司秉持着公平、公正、公开的原则，在招聘、晋升、薪酬等各个环节确保无种族、宗教、性别、年龄等方面的歧视，致力于为每一位员工提供平等的机会与发展平台。此外，公司还积极推动多元化和包容性文化，鼓励各类背景、经验与思想的碰撞与融合，形成尊重差异、互相学习的工作环境，共同促进公司的可持续发展与创新。

公司员工结构



截至2024年底，公司在岗员工总体人数**8,664**，男性员工**4,377**人，女性员工**4,287**人，女性员工占比达**49%**。报告期内，公司不存在任何形式的雇佣歧视与强迫劳动，员工劳动合同签署比例达**100%**

◎ 人才引进与留存

公司高度重视人才引进与留存。2024年，公司通过优化薪酬激励机制，核心岗位员工中长期激励等方式强化人才留存工作。为确保关键人才的稳定，公司积极激励和保留当前能够支撑未来发展工作的员工，确保其过往贡献得到肯定，并通过持续的激励措施提升员工工作动力。同时，公司在留存人才时，遵循降本增效的原则，平衡招聘人数和成本，主要针对核心关键岗位人才进行激励，依据公司战略重点和各岗位的责任价值，采取不同的人才留存策略。

人才引进与留存的措施

人才引进
校企合作

与高校建立深度合作，定向培养并招聘优秀毕业生。
提供实习机会，参与校园招聘会，建立稳定的校企人才引进渠道。

人才留存
中长期激励

根据员工贡献程度，通过中长期激励来激发员工的工作动力，使其与公司长期发展目标一致。
设立年度优秀员工奖励制度，提升员工归属感与积极性。
创新评选激励机制：围绕组织、业务、经营开展创新评选并进行表彰。

人才发展：针对高潜新青年员工，进行“新英”培训计划推动人才成长；针对优秀中高层干部，推动跨部门或跨组织的流动学习，提升专业与管理能力。

人才留存
整体员工流失管理

通过对员工进行离职面谈和分析，实现离职率同比23年下降2%；同时，基于对离职员工的背景、工作经历、离职原因等多方面的数据和信息进行收集、整理和分析，能够深入挖掘员工离职的内在动因，识别潜在的离职风险点，并据此制定有效的留人策略，优化人力资源配置。

人才留存
人才流失管理

人才流失认定：离职人员符合特定条件（如高级干部、技术人才、博士等）视为人才流失，需进行离职访谈追踪。
管理职责：子公司班子领导由总部人力资源部负责人才流失的认定考核，并监管整改，班子领导以下人员由各公司人力资源部进行本公司人才流失的认定与考核。
人才管理措施：按照干部管理制度，各级领导分层关注人才情况，解决问题，营造良好环境；通过调查、访谈等方式分析流失原因，及时采取措施。
人才流失考核：按照责任划分标准严格进行考核；对人才流失严重的单位进行考核与通报批评。
人才流失KPI：月度考核离职符合条件的人员数量；年度计算离职人数与期初期末员工数的比率。

人才留存
提供内部流动空间

公司为了促进新乳业内部人才流动，提升各级管理人员对人才培养意识的主动性，拓宽新乳业内部员工的发展空间，同时鼓励员工积极响应公司用人安排，提高人才选拔和培养的效率及质量，发布了《内部流动奖励制度》。在尊重员工本人意愿的基础上，鼓励员工应聘内部岗位空缺，为员工提供更广阔的施展才华的空间，从而为企业和个人的发展做出贡献。

案例

公司与中南林业科技大学开展校企合作

中南林业科技大学与湖南新希望南山液态乳业有限公司(以下简称南山乳业)研学交流活动

活动背景与意义：

中南林业科技大学生物工程专业学生于2024年7月5日前往南山乳业开展研学之旅。此次研学活动是校企合作的重要组成部分，旨在通过实地参与与交流，帮助学生将理论知识与实践相结合，同时提升企业在高校中的品牌影响力。

活动流程与内容：

[认识南山]南山市场部带领学生参观文化通道、透明工厂和食育乐园，通过直观展示，树立企业形象，输出品牌影响力。

[专业课堂]研发条线为学生讲解乳品成分、分类及生产工艺，帮助学生将校园所学转化为实践认知。

[企业文化与校园招聘探讨]人力资源部介绍企业文化、人才发展体系及校招规划，并与学生展开互动。

活动成果与未来展望：

此次研学活动是新乳业与高校合作的典型案例，进一步扩大了校企合作平台，提升了品牌在校园的影响力。未来，南山乳业将继续践行“走出去，请进来”模式，通过校企合作推动人才招揽与企业雇主品牌形象的建立。

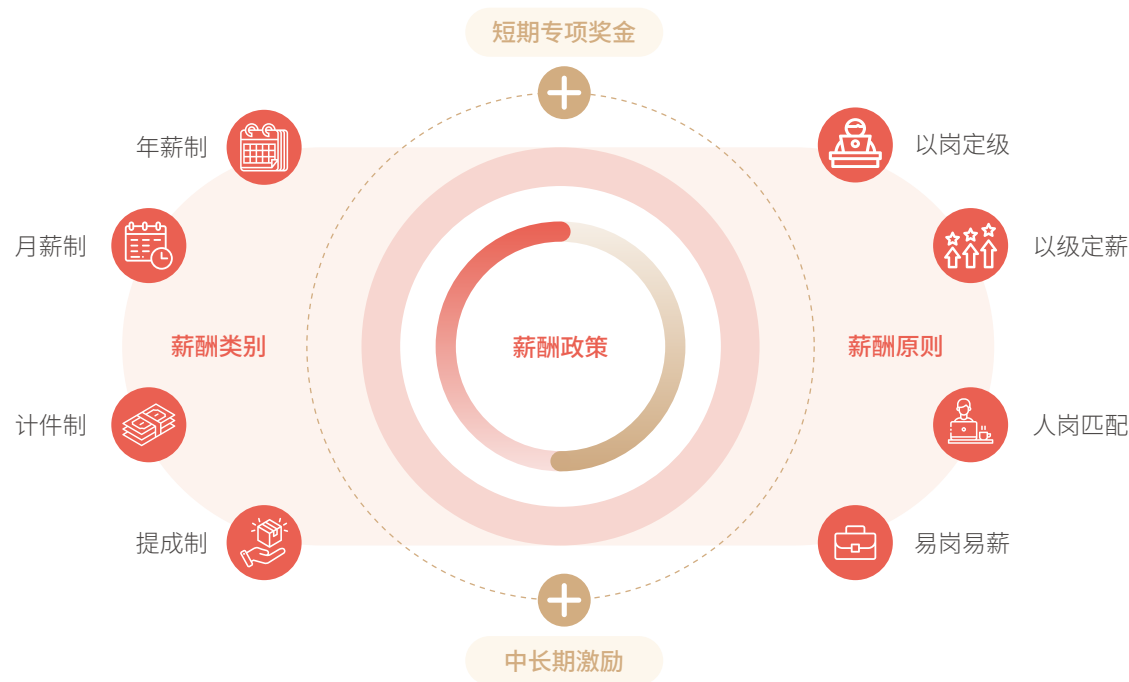


员工福利与关怀

◎ 薪酬管理

在公司《职工薪酬核算制度》中，公司对薪酬福利管理进行了明确规定，旨在保障薪酬体系的公平性与合理性，激发员工的工作积极性。公司提供具有市场竞争力的差异化薪酬，设定年薪制和月薪制、计件制、提成制多种计薪方式，以“合情、合理、合法”为原则设计薪酬管理体系，采用以岗定级，以级定薪，人岗匹配，易岗易薪的劳动报酬结构；公司依据业务开展情况，设立专项奖金，团队激励奖金；依据业绩完成情况发放季度奖金，经营优胜奖金、超额完成奖，针对班子成员、核心岗位以及骨干技术人员，实行中长期激励。

新乳业薪酬管理原则与构成



◎ 福利保障与优化

公司高度重视员工福利与关怀，始终坚持员工是企业最宝贵的财富。为保障员工的切身利益并提升其工作满意度，公司专门制定了《职工福利管理办法》，旨在通过科学的管理和完善的制度，为员工提供全方位的福利保障。该办法不仅涵盖了薪酬、保险、休假等基本福利，还进一步关注员工的职业发展、健康关怀和心理支持，确保员工能够在一个温暖、关爱和支持的环境中安心工作，实现个人与企业的共同成长与发展。

2024年,为了改善员工在食宿供应方面提出的问题,进一步提升员工满意度和后勤服务质量,公司实施了食宿改善专项计划:①持续进行员工食宿满意度调查,并根据结果进行针对性的改善与提升;②定期检查晚餐及夜宵的供应情况,适时调整食材成本;③优化晚餐及夜宵的菜品供应,提高菜品品质;④针对行政服务质量和能力开展专项改善工作,完善相关管理制度;⑤规范食堂与宿舍的卫生管理标准,进一步提升卫生状况;⑥升级宿舍软装,改善员工居住环境,满足员工的生活需求。后勤管理更加温馨、人性化,员工满意度得到持续提升。

此外,工会持续深化“关爱之家”建设,传递公司的温暖和关怀,积极开展“员工家庭日”促进员工与子女间的感情交流,盛夏时节开展“夏日送清凉”,严寒之日开展“冬日送温暖”,元旦、春节、中秋等传统佳节,乳业工会及时甄选慰问礼品,作出慰问安排,切实保障员工节日福利落到实处,同时,还在节日当天开展“游园会”、“喜乐会”等员工活动,坚持每季度开展“员工生日会”,切实增强员工的幸福感、获得感、归属感。

公司员工福利与关怀



2024年改善食堂条件



2024年改善宿舍条件



“员工家庭日”活动



“员工生日会”活动

◎ 文体团建活动

新乳业工会持续深化“健康之家”建设,精心组织开展职工运动会、篮球赛、羽毛球赛、减肥大赛、健身跑、登山等活动,让员工在紧张的工作之余放松身心,强身健体,不断提高员工身体素质和健康水平。

公司员工文体活动



2024年登山活动



2024年健身跑



2024年运动会



2024年篮球赛



困难员工帮扶

公司2024年认真执行内部制度《爱心基金管理办法》，对公司内的困难员工给予及时帮助，2024年度共计帮扶25名困难职工，共计援助30万元。并做好生病住院等关心慰问工作。

公司帮扶困难员工



2024年困难员工帮扶



支持女性员工

为了更好地关爱女性员工，维护女性特殊权益，新乳业建设了母婴室，配置好所需的各类设备与物资。在“三八”国际劳动妇女节之际，公司组织了插花、拓展、踏青等节日活动，深受女员工喜爱。公司持续选拔表彰女员工中的先进集体和优秀个人，选拔表彰了6个先进集体为“巾帼标兵岗”、6名优秀女员工为“巾帼标兵”，充分展现女员工昂扬奋进的精神风貌和实干拼搏的工作业绩，凸显女性风采。

在公司一届一次职工代表大会上，女职工代表和公司签署了《女职工权益保护专项集体合同》，进一步维护了女职工的特殊利益和合法权益。

新乳业关爱女性员工



2024年妇女节活动

新乳业2024年产假/陪产假情况

单位：人	2022年	2023年	2024年
休产假/陪产假的员工总数 ^①	203	175	187
男性	90	75	92
女性	113	100	95
产假/陪产假结束后返岗的员工总数 ^②	170	179	174
男性	89	75	92
女性	81	104	82

① 休产假/陪产假的员工总数：在对应年度开始休假的人数，以休假开始时间为准
② 休产假/陪产假结束后返岗的员工总数：在对应年度休假结束返岗的人数，以休假结束时间为准

员工申诉与沟通

在公司，员工沟通与参与被视为企业发展的重要基石，公司致力于打造全方位、多层次的沟通与参与体系，以促进员工与企业之间的深度理解、紧密合作，共同推动企业持续进步。新乳业工会积极推进企业民主管理，发挥其桥梁与纽带作用，规范召开职工代表大会。

针对员工意见反馈，公司尽最大努力畅通员工诉求通道，建立员工申诉机制。员工可以通过投诉箱、投诉电话和邮件等方式匿名举报有关的任何不当、失职及违规行为，所有举报事项及违规行为均按保密信息处理，并设立调查部门对员工申诉展开适时调查审理、解决和回复，从而营造一个健康有序的良性企业氛围。

员工申诉渠道：

- 举报邮箱

nhdsjb@newhope.cn
- 举报电话

028-86748930



三 案例

新乳业2024年第一届一次职工代表大会

公司于2024年11月29日成功举办了职代会。

在职代会上,代表们围绕员工手册、考勤制度等关乎每位员工切身利益的重要议题展开了集中而充分的讨论。每一项制度的审议都凝聚着员工的智慧与心声,通过广泛征集意见、深入辨析利弊,会议最终表决通过了包括上述议题在内的8项人力制度,这些制度的出台充分体现了民主决策的力量与温度。职代会的成功举办,不仅增强了员工的归属感和参与感,更为公司人力资源管理的规范化、人性化奠定了坚实的基础,彰显了职代会在促进企业文化建设、维护员工权益方面不可替代的价值。



三 案例

新乳业2024年员工敬业度调研

新乳业在全公司范围内开展2024年度员工敬业度调查,一方面为所有员工提供表达心声的渠道,另一方面希望通过调查分析结果,识别组织发展过程中的机会和风险,为后续组织提升员工体验找到机会点。

本次敬业度调查包含12个满意度维度(工作内容及资源、工作生活平衡、企业文化、公司声誉、直接上级、同事关系、职业发展机会、学习培训、薪酬水平、福利待遇、政策制度、绩效评估)和3个敬业度表现形式(乐于宣传、乐于留任、乐于付出)共40题,以此获得员工全方位的反馈。问卷调查过程中,公司严格遵循“信息保密、杜绝干涉、严禁泄露”原则,积极引导员工放心表达真实感受。

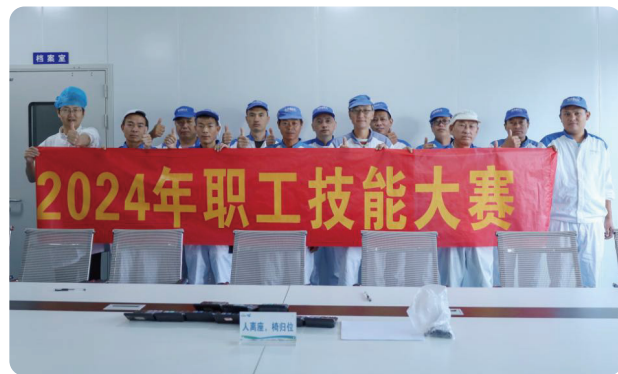
敬业度调查问卷选项最高分为6分(选项及对应分值:非常同意6分;同意5分;比较同意4分;比较不同意3分;不同意2分;非常不同意1分),调查结果显示乳业整体满意度均值4.99分,敬业度均值5.17分,公司整体处于较高满意度、敬业度水平。

员工培训与发展

职工技能比拼

新乳业深入推进产业工人队伍建设改革,通过开展技能竞赛培养技能人才,提升制造工艺,提高产品质量,为广大消费者提供高品质牛奶制品。

2024年公司开展各类劳动和技能竞赛8场,累计2,570人参加。



© 员工培训

公司始终秉持“有人可用,人有状态”的人才发展理念,持续投入员工学习与发展,为员工提供与岗位职责匹配的知识技能培训,并通过搭建多元化的职业发展平台,促进每位员工的成长与组织愿景同频共振,共同绘制公司高质量发展的新蓝图。

2024年,公司立体化培训体系全面升级。在新员工融入方面,通过“文化浸润+业务通识+导师带教”三维培养模式,实现新员工100%岗前培训。在夯基提效方面,公司正式发布《内部讲师管理办法》,超过120名内部讲师通过选拔与分级认证;与此同时,公司为员工制定差异性的评估与激励机制,通过数字化学习平台进行深度应用,开发可视化微课,设计多元化的学习项目,全员培训覆盖率超过95%,人均学时13个小时以上。

关键人才培养成效显著

新蕾发展中心

培养优秀校招招生165人,构建校招招生全生命周期管理机制,驱动新青年、激发新活力,扎根专业力与职业力,双师带教,加速成长。

新锐发展中心

培养专业技能人才538人,通过联合特训,田野调查,走访35个城市,426个网点,固化终端表现管理标准,拉升终端执行准度。传承世界级制造,TWI(一线主管技能培训)班组特训结业1,003人次,总学时1,428小时,助力打造一线技能工匠。

新英发展中心

培养管理/高潜人才285人,期内晋升率22.2%,持续为公司提供强大的人才储备力量。BM(卓越经理人),通过构建战略管理系统工具/方法,聚焦领导力短板,通过IDP推动轮岗与挑战性项目的双向历练,37人完成结业并纳入干部后备梯队。

三 案例

新乳业2024年管理层培训——BM项目

BM (Best Manager) 项目是新乳业针对高层管理后备梯队设置的专项培养项目,是公司人才发展的核心平台。项目承接鲜立方战略,以领导力发展为轴心,秉承721教学设计,结合IDP与行动学习法,围绕高瞻远瞩、成就驱动、创新变革、组织进化、客户导向五个维度十三个子项展开能力提升。

公司构建BM梯队人才战略培养体系,通过IDP (个人发展计划) 全周期赋能机制,采用“双导师制+实战化学习场景”混合培养模式。公司在课程端植入组织管理闭环思维与业务战略地图解析方法论,同步应用战略解码工具进行目标拆解,结合项目管理体系强化执行落地,系统性提升学员战略洞察与目标攻坚能力,助力组织战略目标的高效达成。



新乳业员工培训

指标	单位	2022年	2023年	2024年
员工培训支出金额	万元	496.25	813.68	851.76
员工培训覆盖率	%	--	--	95.39%
员工培训总次数	次	--	--	7617
员工培训总时长	小时	82,928.45	88,546.88	116,322.82
员工接受培训平均小时数	小时	--	--	13.43
女员工	小时	--	--	13.04
男员工	小时	--	--	13.8
高级管理层	小时	--	--	46.67
中级管理层	小时	--	--	30.77
基层员工	小时	--	--	12.27

◎ 考核与晋升

新乳业始终将员工职业发展置于重要位置,致力于构建科学、透明且多元化的职业晋升体系,不断完善人才成长通道的建设工作,畅通职业发展通道。2024年,公司建立岗位发展通道与任职资格体系,不断规范公司人才的培养和选拔机制;结合岗位发展通道,激励员工不断提高其岗位胜任能力,构建职业化的人才队伍参与国际化的竞争。同时,公司树立有效培训和自我学习的标杆,以岗位任职资格不断引导员工终生学习、持续改进,并发布《职级体系管理办法》,以保障公司的持续发展。

新乳业职级评定方式与方法

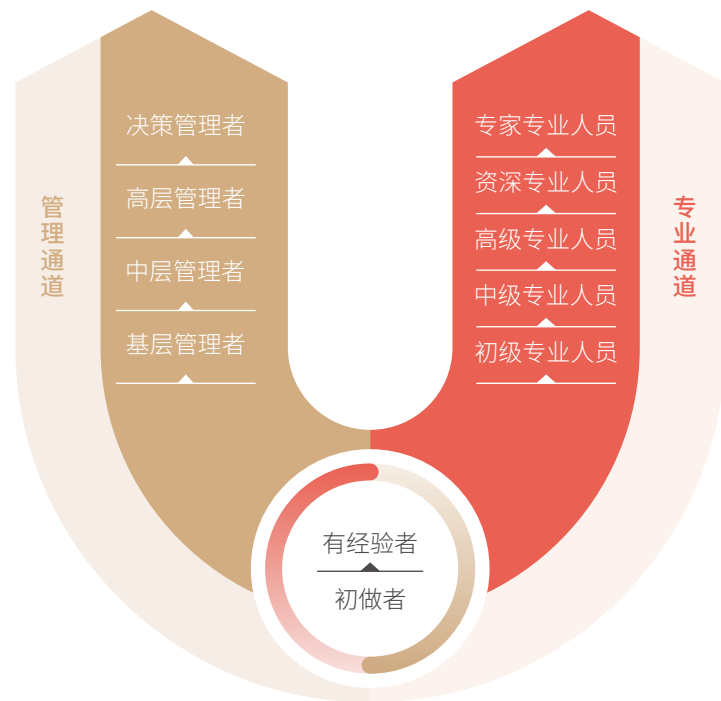
认证

员工符合申报条件,参加认证,获得任职资格等级。如专业岗位的员工等级,通过材料举证、述职答辩等认证方式获得等级。

评定

无法通过认证方式获取任职资格等级的员工,经人力资源部核准,通过人才委员会评定的方式确定员工的任职资格等级。如管理岗位的员工等级。

新乳业职业发展路径



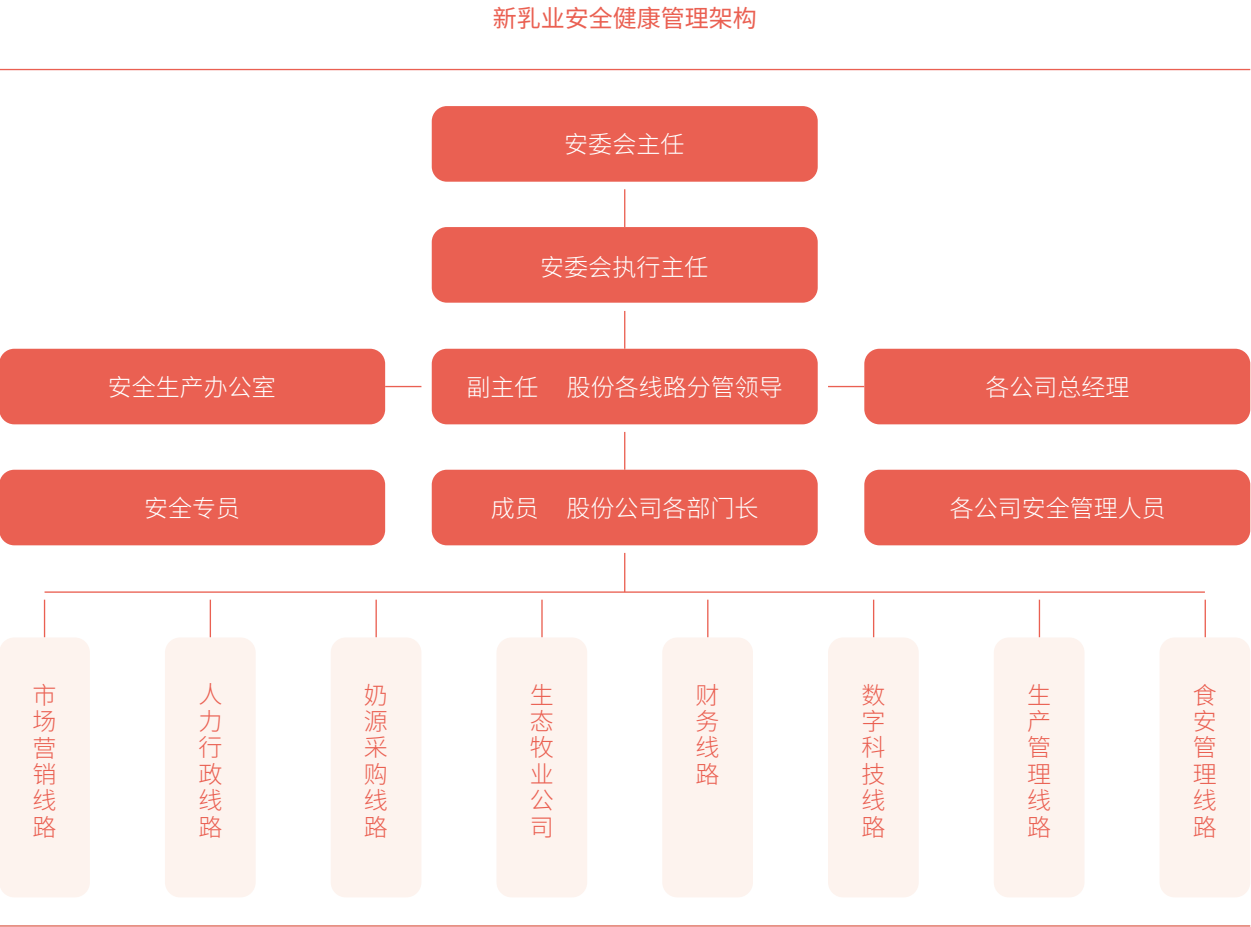
健康与安全

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国消防法》等相关法律法规和政策规定，结合监管机构的年度新规要求，不断建设完善公司安全管理制度体系与管理体
系，推动公司安全运营水平迈上新台阶。公司建立健全员工健康档案，定期组织健康体检，关注员工身心健康状态，同时积
极开展职业健康防护培训，为员工配备必要的劳动防护用品，优化工作环境，预防职业病的发生。

健康安全管理体系

组织架构及职权范围

公司高度重视安全健康管理，制定《安全生产管理制度》，并成立了安全生产委员会，委员会明确了各层级的组织架构与人
员职责，并确保各部门及员工在日常工作中落实安全生产责任。



新乳业安全健康管理架构及各级职能

职位	主要职责
安委会主任	贯彻落实国家安全生产法及相关法律法规要求，全面负责新乳业安全生产工作。
安委会执行主任、安全办主任	1. 贯彻落实国家安全生产法及相关法律法规要求，制定新乳业安全生产工作目标，指导安全生产工作开展。 2. 审议批准新乳业安全生产工作相关重要规章制度，审议决定新乳业安全生产工作相关其他重大事项。 3. 对新乳业安全生产工作进行计划、安排、组织及协调。 4. 指导、监督、检查、考核线路及各公司安全生产工作。 5. 了解掌握新乳业安全生产工作现状。 6. 指导、协助和监督二级和一级生产安全事故的应对和处置。
安委会副主任	负责各分管线路安全生产管理工作的监督和指导。
安委会成员(各部门长)	负责各自部门的安全管理工作，并对日常安全管理工作进行监督和指导。
安委会成员(各公司总经理)	1. 贯彻落实国家安全生产法及相关法律法规要求，对本单位的安全生产管理工作全面负责。 2. 建立健全并落实本单位全员安全生产责任制，加强安全生产标准化建设。 3. 组织制定并实施本单位安全生产规章制度和操作规程。 4. 组织制定并实施本单位安全生产教育和培训计划。 5. 保证本单位安全生产投入的有效实施。 6. 组织建立并落实安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防工作机制，督促、检查本单位的安全生产工作，及时消除生产安全事故隐患。 7. 组织制定并实施本单位的生产安全事故应急救援预案。 8. 及时、如实报告生产安全事故。 9. 法律和法规规定的法定职责。
安全专员	1. 协助安委会执行主任、安全办主任开展安全生产工作。 2. 熟悉了解国家关于安全生产方针、政策、法律、法规和标准规范。 3. 搭建新乳业安全生产工作管理体系。 4. 研究提出新乳业安全生产管理目标、计划和措施建议。 5. 了解和掌握新乳业各公司安全生产工作现状，并向安委会汇报。 6. 指导、监督、检查、考核各公司安全生产工作。 7. 拟定新乳业安全生产工作相关规章制度，制定具体管理标准。 8. 组织开展新乳业安全生产宣传教育培训工作。 9. 定期收集报表、整理、分析和总结，联络本系统安全信息情报并交流安全管理工作经验。 10. 负责指导、监督和协助各公司生产安全事故调查处理工作。 11. 负责定期召开安全生产工作会议，监督各公司安全生产工作执行完成情况，梳理总结问题并提出建议和措施。 12. 安委会交办的其他工作。
各公司安全管理人员	结合实际情况，梳理和完善安全组织机构及人员，并明确人员职责，切实开展并推进本单位安全生产管理工作。

新乳业职业健康安全管理体系认证证书



安全生产责任制落实

公司制定了《安全生产管理制度》《安全生产环保责任追究管理办法》《安全生产环保监督检查管理办法》等制度，进一步细化安全管理目标，将责任层层落实到各安全管理主体，确保每个环节、每个岗位都有清晰的安全职责。

公司安全生产责任制落实措施

安全生产监督机构

公司以安全生产委员会为公司安全生产监督机构，各相关部门成立以负责人为组长的安全生产小组，负责本部门安全生产工作。

安全责任签约

公司每年签订安全生产目标责任书，覆盖率100%。

健康安全风险管理

职业健康与安全风险的识别与评估

各公司根据工作场所环境、岗位、设备设施全面进行风险识别，建立了风险分级管控清单和隐患排查治理双控体系。

职业健康与安全生产风险识别

○ 风险评估范围

确定所有生产、办公、生活区域及相关人员活动的评估范围

○ 危险源辨识

识别物理、化学、人员行为、设备设施等可能引发风险的因素

○ 风险分析与评估

使用LS、LEC等方法进行定性、定量或半定量的风险评估，并划分风险等级

○ 制定风险控制措施

基于评估结果制定有效的风险控制措施，确保安全隐患得到有效管理

○ 实施风险控制措施

确保控制措施在生产运营中得以实施，涵盖人员行为、设备设施、生产区域等方面

○ 重新进行风险分析与评估

定期重新评估控制措施的效果，并对措施进行调整优化

安全生产与职业病风险

公司实施严格的安全风险分级管控制度，将安全风险划分为重大、较大、一般和轻微四个等级，并根据风险等级实行分级管控。对于重大及以上风险，要求各分子公司及时上报，并提供技术支持及监督，确保管控措施落实到位。各分子公司需建立安全风险分级管控清单，并定期更新，按照“谁主管、谁负责”的原则，落实管控责任。不同等级的风险有不同的管控要求，其中，重大及以上风险实行四级管控体系，发现重大风险时应立即停止相关作业，待风险级别降低并实施控制措施后方可继续作业。轻微风险则实行二级管控。安全风险提示、告知和警示制度也得到严格执行，各级安监机构需定期发出风险提示，并确保从业人员知晓并遵守相应的安全防范措施。风险管控措施要确保其可行性、有效性和安全性，从工程技术、管理、培训、个体防护和应急处置五个方面综合考虑，确保风险降至可接受水平。

公司职业健康与安全生产风险识别结果与应对

	职业健康	安全生产
识别结果	根据法律法规及规范要求，公司识别出职业危害点位。	公司生产工艺多样，呈现生产工艺流程完备、大型高精尖设备众多、特种设备使用频繁、安全管控点位分散的特点。
应对措施	公司建立管理台账并完成检测，全年完成接触职业危害人员健康检查。	公司坚持问题导向，突出关键环节，不断加大安全投入，创新安全管理方法和手段，狠抓消防安全、危险作业、特种设备、重点人员等方面重点整治，确保安全形势持续稳定。

健康安全战略

安全文化建设

公司积极组织开展员工安全教育培训工作，关爱员工身心健康安全，2024年6月公司制定安全生产月活动方案，通过现场和线上的培训方式强化职工安全生产意识和应急逃生的能力，丰富员工安全生产活动。

2024年，新乳业安全教育培训员工覆盖率为**90%**，人均安全教育培训时长达**12**小时。

案例

新乳业安全生产月培训



促进员工健康

公司制定职业健康管理制度，每年定期对工作场所进行职业危害因素监测，每年会对职工进行职业健康体检。通过对工作场所张贴职业病危害告知牌、配备个人防护用品、加强教育培训和监督检查等举措，完善职工职业健康管理。

公司职业健康保护措施

措施领域	具体措施
 劳保用品使用	公司为员工提供符合行业标准的劳保用品,如安全帽、手套、护目镜、防护服等,确保员工在工作过程中受到充分的保护。
 防暑降温措施	在高温天气期间,公司提供充足的饮用水、设置凉爽的休息区域以及定期安排员工进行休息,提供专用的防暑降温用品。
 安全设备设施	公司配置了紧急停机按钮、安全警报器、火灾灭火器等安全设备设施,并设立了安全标识和应急疏散通道。
 环境监测	公司定期进行工作环境监测,确保空气质量、噪音水平、温湿度等符合健康和安
 职业健康监测	公司定期为员工进行职业健康监测,特别是对于长期接触有害物质或高风险岗位的
 年度体检	公司为员工提供年度体检服务,包括常规体检和职业健康体检,确保员工健康
 改善工作环境	减少职工对职业危害因素的接触,同时设备设施场所配置空调和换气扇,加强

案例

新乳业2024年员工职业健康体检



2024年,新乳业员工体检福利覆盖率为**100%**。

化学品安全

公司制定了《危险化学品管理制度》和《危险化学品泄露应急预案》,并配备了个人防护用品和救援物资,每年制定危险化学品泄露应急演练方案,并进行演习。

案例

新乳业2024年危险化学品泄露应急演练



应急管理

公司制定《生产安全事故应急救援预案》,并在当地应急管理局进行备案,公司定期开展应急事件识别,经过全面风险识别后,主要风险来源于火灾事故隐患,针对火灾事故,公司建设消防自动控制系统,配备消防应急救援队伍,加强消防日常巡检以及定期演练,有效地预防了火灾事故发生。

公司应急管理措施

应急预案编制	各企业需依据法律法规和规范性文件要求，编制综合应急预案、专项应急预案、现场处置方案和应急处置卡，明确应急职责、规范应急程序。
风险辨识与评估	企业应针对突发事件特点进行风险辨识和评估，确定事故类别、可能性、危害后果及影响范围，提出防范和控制风险隐患的措施。
预案评审与演练	完成应急预案后，组织评审并进行桌面演练，检验可操作性。通过演练测试应急预案的有效性，发现问题并进行修订。
应急资源保障	企业应调查应急资源，包括队伍、装备、物资、场所等，确保充足的应急保障。建立应急物资定额储备机制，防止物资挪用。
应急资金保障	确保应急资金保障，包括物资储备、设施维护、队伍建设和培训演练等工作。相关费用应纳入企业财务预算。
应急设备与技术	企业应配备必要的应急监测、监控和报警装置，定期检测和维护应急设备，确保设备可靠，设置应急避难场所和安全撤离路线。
应急演练	企业应每年组织实战演练或桌面推演，演练内容包括消防、防汛、有限空间等专项预案，评估演练效果并进行整改。
应急培训	每年至少开展一次应急培训，涵盖法律法规、应急预案、避险知识、自救技能等方面。针对不同岗位进行有针对性的培训。
风险防控与监测	开展隐患排查治理，完善安全生产条件，通过隔离危险、加强防护、采取技术措施等方式管控风险。加强应急监测预警信息的传递和共享。

案例

新乳业2024年火灾事故应急演练



附录

数据绩效表

公司秉持“量化及一致性”原则，披露反映公司可持续发展管理成效的量化绩效。

报告期内数据统计范围：除特殊说明外，公司治理与经济数据统计范围与公司合并财务报表范围一致。

指标类别	指标	单位	2022年	2023年	2024年
董事会情况	董事会成员的人数	人	7	7	9
	不兼任高管职务的董事人数	人	6	6	8
	独董人数	人	3	3	4
	独董人均薪酬	万元	15	20	20
	独立董事比例	%	42.86%	42.86%	44.44%
	审计委员会独董占比	%	66.67%	66.67%	75.00%
	提名委员会独董占比	%	66.67%	66.67%	66.67%
	薪酬与考核委员会独董占比	%	66.67%	66.67%	66.67%
	女性董事占比	%	14.29%	14.29%	33.33%
三会运作	召开董事会会议次数	次	6	9	9
	审议董事会议案个数	份	33	37	39
	董事参会比例	%	100%	100%	100%
	召开监事会会议次数	次	5	6	5
	审议监事会议案个数	份	16	15	13
	监事参会比例	%	100%	100%	100%
	召开股东大会、临时股东大会次数	次	3	2	2
	参与股东大会、临时股东大会人数	人	62	48	36
投资者权益	交易所互动平台回复投资人问题次数	次	47	88	80
	对外发布公告数量	份	71	89	74
商业道德	反商业贿赂及反贪污培训场次	次	2	2	2
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比	%	100%	100%	100%
	商业贿赂及贪污事件发生次数	次	0	1	1
	因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0	0	0

指标类别	指标	单位	2022年	2023年	2024年
员工基本情况	员工总数	人	9,630	8,793	8,664
	男性员工数量	人	4,566	4,423	4,377
	女性员工数量	人	5,064	4,370	4,287
	30岁以下员工数量	人	2,622	2,007	1,901
	30~50岁员工数量	人	6,082	5,878	5,989
	50岁以上员工数量	人	926	908	774
	大专及以下员工数量	人	7,902	7,042	6,792
	本科员工数量	人	1,571	1,598	1,718
	硕士员工数量	人	150	148	150
	博士员工数量	人	7	5	4
	少数民族员工数量	人	886	942	942
员工雇佣与流失	新雇佣员工数量	人	2,888	2,474	2,172
	男性	人	--	1,458	1,294
	女性	人	--	1,016	878
	30岁以下	人	--	1,312	1,189
	30-50岁	人	--	1,101	956
	50岁以上	人	--	61	27
	员工离职率	%	33%	26%	24%
	员工离职人数	人	3,174	2,380	2,065
	男性	人	--	1,288	1,189
	女性	人	--	1,092	876
	30岁以下	人	--	1,054	964
薪酬与福利	30-50岁	人	--	1,164	980
	50岁以上	人	--	162	121
	劳动合同签订率	%	100%	100%	100%
	五险一金覆盖率	%	100%	100%	100%

指标类别	指标	单位	2022年	2023年	2024年
职业健康与安全生产	人均安全教育培训时长	小时	12.00	12.00	12.00
	安全教育培训覆盖率	%	90%	90%	90%
	职业病发生率	%	0%	0%	0%
	员工体检覆盖率	%	100.00%	100.00%	100.00%
	安全生产投入	万元	905.00	950.00	920.00
	重大安全事故发生次数	件	0	0	0
	发生安全事故次数	次	27	29	23
	员工因工死亡人数	人	0	0	0
	工伤率	%	0.29%	0.32%	0.25%
产品责任	客户满意度	%	96.2%	98.2%	98.3%
	投诉处理率	%	100%	100%	100%
知识产权保护	报告期内有效专利数	项	537	548	567
	应用于主营业务的发明专利数量	项	56	71	79
	报告期内发明专利的申请数	项	14	18	14
	报告期内发明专利的授权数	项	9	15	8
	软件著作权数量	项	5	16	23
供应商ESG评估	新增供应商中使用ESG维度评估的百分比	%	≥98%	≥98%	≥98%
	签订廉洁条款的供应商比例	%	≥98%	≥98%	≥98%
	供应商获得ISO14001认证数量	%	53%	56%	58%
	供应商获得ISO45001认证数量	%	40%	41%	44%
	供应商获得ISO9001认证数量	%	90%	90%	91%
	供应链可持续发展/ESG培训场次	次	1	2	2
	供应链内部能力提升培训场次	次	--	--	1

指标类别	指标	单位	2022年	2023年	2024年
能源使用	按能源类型区分				
	煤炭	吨	52.30	9.89	0.00
	汽油	升	2,478.90	1,757.96	7,313.91
	柴油	升	1,433,967.24	1,270,936.13	1,595,702.14
	天然气	立方米	11,112,029.43	11,436,300.43	11,242,936.80
	液化石油气	立方米	23.44	19.52	25.56
	电力	兆瓦时	186,059.10	158,710.88	165,209.64
	清洁能源使用情况				
	天然气	立方米	11,112,029.43	11,436,300.43	11,242,936.80
	太阳能	千瓦时	4,704,019.50	4,731,642.39	6,599,356.83
	生物质能	百万吉焦	0.24	0.28	0.29
	甲醇	吨	0.00	23.56	15.78
温室气体	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量 (tCO2e)	307,034.12	378,690.12	492,053.84
	范围一温室气体排放量	吨二氧化碳当量 (tCO2e)	187,911.02	280,846.83	365,259.48
	范围二温室气体排放量	吨二氧化碳当量 (tCO2e)	119,123.10	97,843.29	126,794.36
	减排措施直接减少的温室气体排放量	吨二氧化碳当量 (tCO2e)	--	19,038.00	27,736.14
水资源管理	取水总量	吨	5,492,596.55	5,400,606.50	6,050,845.87
	循环用水量	吨	672,031.16	539,190.00	452,631.00
排放与废弃物	废水污染物排放				
	工业废水总量	立方米	3,503,301.07	3,317,127.02	3,497,717.91
	化学需氧量 (COD)	吨	190.25	178.43	170.93
	生化需氧量 (BOD)	吨	33.05	32.50	30.11
	氨氮 (NH3-N)	吨	28.59	26.24	27.62
	总氮 (TN)	吨	68.43	62.21	78.63
	总磷 (TP)	吨	14.44	10.36	13.00
	废气污染物排放				
	废气总量	立方米	228,118,155.22	231,506,856.61	225,117,918.12
	氮氧化物 (NOx)	吨	28.07	28.11	26.06
	氧化硫 (SOx)	吨	9.03	9.09	7.53
	挥发性有机化合物 (VOC)	吨	0	0	0
	颗粒物 (PM)	吨	0	0	0
	烟尘	吨	3.95	3.97	3.80

指标类别	指标	单位	2022年	2023年	2024年
排放与废弃物	固体废弃物				
	废弃物产生总量	吨	345,499.85	329,588.59	277,840.79
	无害废弃物产生总量	吨	345,442.68	329,522.32	277,761.18
	有害废弃物产生总量	吨	57.17	66.27	79.61
	回收循环再利用废弃物总量	吨	20,510.14	22,165.91	19,431.35

指标类别	指标	单位	2024年
社会公益	志愿活动时长	小时	517
	志愿活动参与人次	人次	533
	乡村振兴投入金额	万元	20,000

内容索引表

章节题目	GRI Standards	《上市公司自律监管指引第17号—可持续发展报告（试行）》
报告开篇	GRI 2-1、GRI 2-17、GRI 2-2、GRI 2-3、GRI 2-6	
可持续发展(ESG)管理		
ESG治理体系	GRI 2-14	
ESG发展战略	GRI 2-22	
尽职调查与利益相关方沟通	GRI 2-26、GRI 2-29	尽职调查、利益相关方沟通
议题重要性分析与结论	GRI 3-1、GRI 3-2、GRI 3-3	尽职调查
新鲜领航, 铸就卓越管理		
公司治理架构	GRI 2-10、GRI 2-11、GRI 2-12、GRI 2-13、GRI 2-15、GRI 2-16、GRI 2-18、GRI 2-19、GRI 2-20、GRI2-9	
商业道德与反腐败	GRI 205-2、GRI 205-3、GRI 206-1	反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争
合规经营与风险管理	GRI 207-1、GRI 2-27	
数据安全与隐私保护	GRI 418-1	数据安全与客户隐私保护
知识产权保护		
鲜活生态, 共筑绿色家园		
应对气候风险	GRI 201-2、GRI 305-1、GRI 305-2、GRI 305-5	应对气候变化
环境管理体系		环境合规管理
三废治理	GRI 306-1、GRI 306-2、GRI 305-7、GRI 306-3、GRI 306-4、GRI 306-5	环境合规管理、污染物排放、废弃物处理
资源利用与节约	GRI 301-2、GRI 302-3、GRI 302-4、GRI 302-5、GRI 303-1、GRI 303-2、GRI 303-3	能源利用、水资源利用、循环经济
生态环境保护与生物多样性	GRI 304-2	生态系统和生物多样性保护
以鲜为美, 守护健康食光		
营养与健康机遇		产品和服务安全与质量
产品与服务管理	GRI 416-1、GRI 416-2	产品和服务安全与质量
深化客户服务		产品和服务安全与质量
负责任营销	GRI 417-1、GRI 417-2、GRI 417-3	反不正当竞争
产品研发创新		创新驱动
新质链动, 携手公益前行		
负责任供应链	GRI 204-1、GRI 308-1、GRI 308-2、GRI 414-1、GRI 414-2	供应链安全
行业共进	GRI 2-28	平等对待中小企业
社会公益	GRI 203-1、GRI 203-2、GRI 413-1	乡村振兴、社会贡献
鲜生聚力, 共塑人才新貌		
员工发展	GRI 2-7、GRI 2-30、GRI 201-3、GRI 401-1、GRI 401-2、GRI 401-3、GRI 404-1、GRI 404-2、GRI 404-3、GRI 405-1、GRI 406-1	员工
健康与安全	GRI 403-1、GRI 403-10、GRI 403-2、GRI 403-3、GRI 403-4、GRI 403-5、GRI 403-6、GRI 403-7、GRI 403-8、GRI 403-9	员工
附录		
数据绩效表	GRI 201-1、GRI 2-4	

读者建议反馈表

尊敬的读者：

感谢您阅读《新乳业2024年度可持续发展报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司履行企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

下列问题，请您按 1 分至 5 分进行评分 (1 为最低分,5 为最高分)：

1、您对本报告的总体评价：

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

2、您认为新乳业在经济责任方面做得如何？

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

3、您认为新乳业在环境责任方面做得如何？

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

4、您认为新乳业在公司治理方面做得如何？

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

5、您认为新乳业在员工责任方面做得如何？

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

6、您认为新乳业在社会责任方面做得如何？

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

7、您对本报告中信息披露程度的整体评价：

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

8、您对本报告中文字表述质量的整体评价：

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

9、您对本报告设计风格的整体评价：

☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5

10. 本报告哪些议题最引起您的关注？

11. 您对本报告是否有其他意见和建议？

请留下您的联系方式：

姓名：

电话：

电子邮件：

单位：

