

# 安琪酵母股份有限公司 2023年度社会责任报告

---

2024年3月15日

## • 关于本报告

- 时间范围：2023年1月1日至2023年12月31日，部分内容包含以前年度的社会责任信息
- 发布时间：本报告为年度报告，每年和公司年报一起发布
- 组织范围：以安琪酵母股份有限公司为主体，包括所有下属公司
- 数据说明：本报告所引用的数据，均来自公司公开文件
- 可靠性保证：公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担相应责任

- 目 录

- 第一章 关于安琪

- 第二章 主体责任

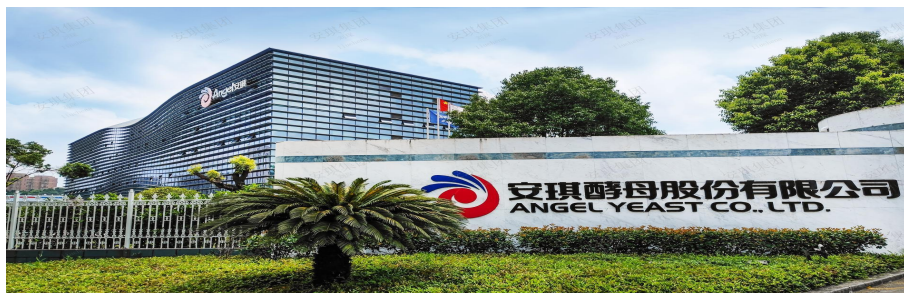
- 第三章 未来展望

- 安琪酵母股份有限公司（以下简称“公司”或“安琪”）2023年度社会责任报告是依据《公司法》《证券法》等相关法律法规，结合公司在履行社会责任方面的具体情况而编制。

- 本报告总结和反映了2023年度公司在做好生产经营的同时，对促进经济可持续发展、环境保护和社会公益等利益相关方所履行社会责任的实践情况。

## • 第一章 关于安琪

- 安琪酵母股份有限公司创立于1986年，总部位于湖北宜昌，前身为原国家计委批准设立的宜昌食用酵母基地，2000年在上海证券交易所上市。
- 经过多年稳健发展，业务规模不断扩大，酵母及深加工产品已被广泛应用于烘焙与发酵面食、食品调味、酿造及生物能源、人类营养健康、动物、植物、微生物营养等领域。
- 安琪在全球13个城市拥有酵母及深加工产品生产基地（包括11个国内城市和2个海外城市），酵母类产品总产能已达37万吨，在国内市场占比55%，在全球占比超过18%，酵母系列产品规模已居全球第二。
- 在发展历程中，安琪依靠科技进步和自主创新着力打造企业的核心竞争力和可持续发展能力，在为全球160多个国家和地区提供优质、可靠的产品同时，始终保持与股东、合作伙伴、投资者等各方利益相关者良好的信任关系，追求企业与员工、社会、自然的和谐发展，以实际行动回报股东，回报社会，努力践行社会责任。



## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪始终秉承“发展生物科技，创新健康生活”的企业使命，以“天然、营养、健康、美味”为产品研发理念，持续加强产品质量和品质，源源不断地为市场客户提供高于行业标准的合格产品，为全球消费者提供优质酵母及食品原料产品及服务。
- 安琪坚持“追求卓越，勇于创新，永不满足”的企业精神，立足酵母同心多元化，聚焦酵母、健康食品配料、营养保健食品、生物新技术、新型健康包材五个产业，不断提高技术研发水平，加快建设全球化营销体系，进一步在酵母行业争先进位，努力缩小各项业务与标杆对手的差距，奋力实现在新的生物技术领域的突破，为全球消费者提供高品质的酵母、酵母抽提物、酵母源生物饲料、营养保健品、食品原料及各类衍生品。

## • 第二章 主体责任

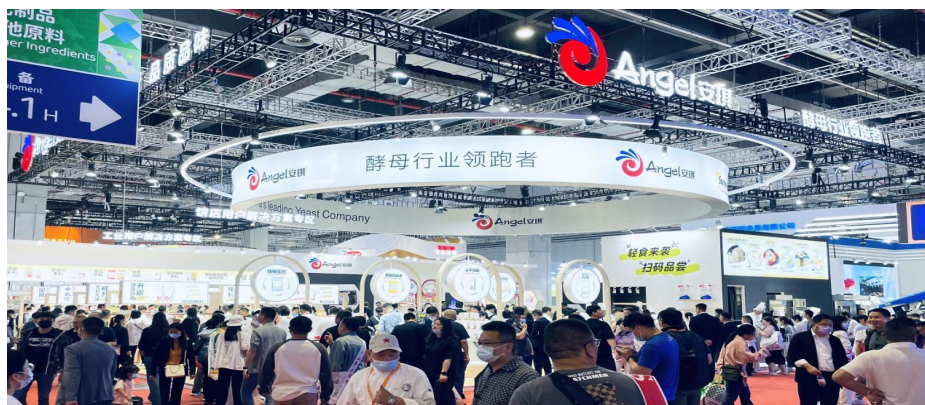
### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国食品企业出海的杰出代表。得益于公司长期贯彻的战略目标及优势性产品干酵母在海外的差异化优势，精准定位海外中东非洲、亚太等重要市场，逐步实现国际化品牌布局。
- 安琪坚持走国际化道路，坚定推进海外销售子公司建设和营销人员本土化，抢抓海外市场恢复快的有利机遇，巩固存量客户、大力开发新的经销商和大用户。
- 2023年，公司持续改进海外业务创新思路，成功塑造安琪酵母蛋白行业引领者形象，积极抢占欧美高端市场，坚持全业务全品类产品销售模式，不断挖掘市场需求，坚决贯彻稳价上量策略，实现了非主导业务的稳步增长。国际市场增长迅速，主营业务收入达到47.86亿元，同比增加21.99%。
- 2023年，全年发酵总产量达到37.69万吨，同比增长15.09%，其中抽提物产量13.86万吨，增长19.15%。

## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国马德里商标国际注册十强企业，拥有“安琪”“福邦”两件中国驰名商标。“安琪”品牌是“中国名牌”，已成为具有较高知名度、广泛影响力的国际品牌。
- 安琪在北京、上海、广州、成都、武汉、开罗、利佩茨克等城市建立了应用技术服务中心，为用户开展培训和服务。安琪集聚了全球最先进的烘焙技术和应用能力，与MIWE、DIOSNA等众多国际知名品牌合作，聘请了多位国际专家为技术顾问；安琪烘焙与中华面食技术中心拥有100多位专业面包师和面点师，他们深谙行业的需求和动向，长期贴近海内外客户，与用户的深度融合，更有针对性、实战性地开展专业化应用技术服务。



## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国酵母品牌的代名词，坚持打造自主品牌，采取“以安琪品牌为主导、多个子品牌支撑”的旗舰式品牌战略，打造安琪品牌集群。
- 安琪品牌以发展生物科技，创新健康生活为使命，着力迈向国际知名食品品牌阵营，以国际展会、数字媒体网络、行业营销活动、本地化推广为抓手，塑造了海外食品流通渠道及食品工业用户中的大品牌地位和专业形象。
- 官方网站、社交媒体、邮件营销等私域数字平台是安琪品牌建设的重要自营阵地，访问量已逐渐成为公司极其重要的品牌资产。
- 2023年，“安琪”品牌价值196.09亿元，位居中国品牌价值评价榜食品加工制造类第二位，品牌强度887，位居第一位。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 打造传播矩阵，强化与客户的沟通。
- 适应新的传播环境，在继续强化公共媒体、官网及微信自媒体平台的基础上，重点加强了在抖音、快手、小红书、Facebook、领英等社交媒体的入驻，安琪在年轻群体中的品牌声量逐步扩大。
- 2023年，公司在酵母主销区投入梯媒广告，利用三峡机场、宜昌东站等广告资源投放品牌广告；与达人联合传播酵母及酵母抽提物科普知识，打造了“小酵母很忙”“罗老师说酿酒”等新媒体矩阵，目前，公司各业务单位运营账号近80个，粉丝总量突破500万人。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 适应直播业态，即时传播品牌声量。
- 公司烘焙面食电商、纽特电商等已建有直播团队，并与外部机构或达人合作，在抖音、快手、视频号及淘系、京东等多个第三方平台开展带货直播。公司酿造与生物能源、微生物营养、酵母抽提物等B端业务，不断与行业协会或垂直媒体平台合作，采用直播形式与行业人士交流，持续扩大行业影响。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 创新品牌传播，提升品牌形象，扩大品牌影响力。
- 第六届中国水产高值饲料发展研讨会暨第三届农牧企业高峰论坛在广东湛江举办，安琪受邀参会，并作了《常见饲用酵母类产品评价体系建设》主题报告，重点讲解酵母水解物产品和酵母细胞壁产品的评价体系的建立情况，受到了与会人员广泛关注。
- 同期，鲲鹏论坛·2023中国水产饲料产业年度榜”正式发布。安琪荣获“2023中国水产饲料行业社会责任奖”，进一步提升了安琪在水产行业的知名度和品牌影响力。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 创新品牌传播，提升品牌形象，扩大品牌影响力。
- 2023西普金奖颁奖盛典在海南博鳌隆重举行，年度健康产业品牌榜公布，安琪纽特第六次蝉联保健品品类西普金奖。
- 近年来，安琪纽特通过优化产品结构，依托安琪强大的生产、研发优势，聚焦差异化核心竞争力产品，通过中老年慢病营养、儿童营养持续动销，赋能共生，为行业创造了酵母蛋白等增量产品，受到了客户的青睐。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 创新品牌传播，提升品牌形象，扩大品牌影响力。
- 第十八届中国（国际）调味品及食品配料博览会在广州开幕，安琪YE以“酵母抽提物是食品配料”主题亮相本次展会，带来了最新零添加酱油、蚝油解决方案。“安琪YE预制菜风味提升”现场演示，受到业内广泛关注与肯定。
- 同期举行了调味品行业CC100领袖峰会，安琪YE获得“调味品行业突出贡献企业”称号。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

• 安琪纽特获婴童两大至高奖项。



- 2023年12月，安琪纽特荣获2023CBME AWARDS中国孕婴童产业奖年度影响力品牌奖、2023原点奖影响婴童行业进程品牌奖。
- 安琪纽特也是率先从产品端变革，将数百个SKU精简至几十个，以消费者思维构建产品应用场景，并丰富布局大童和中老年两大未来品类。主动拥抱新消费，开发创新差异化产品，打造新的营销模式，面向与母婴客群高度匹配的精致妈妈，推出4.0酵母蛋白。

## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 创新品牌传播，提升品牌形象，扩大品牌影响力。
- 积极加入行业学会、协会，已是多个行业组织的理事长、副理事长单位。公司多年来策划、参与、主办或承办行业活动，如中华发酵面食产业大会、食品工业减盐论坛、新型有机氮源会、动物早期营养会、全国面包技术大赛、调味品科技论文大赛等重要行业会议或赛事，在行业内获得了较高评价。
- 公司高度重视行业展会，分业务、分领域、分区域参加不同展会，利用展会进行品牌和业务展示、商务洽谈等，2023年在全球参加的展会达150余场次。

## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 创新品牌传播，提升品牌形象，扩大品牌影响力。
- 第二届安琪福邦粉丝代表活动在宜昌举办，来自全国各地600余名安琪福邦粉丝齐聚安琪，实地领略酵母科技的魅力。福粉代表一行先后参观了安琪总部、健康食品产业园、生物科技产业园等，了解酵母在农业上的生产应用，体验“酵母科技，农业无限未来”，深入探寻酵母营养肥在农业应用上的广阔前景。





## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 安琪是国家级高新技术企业、国家技术创新示范企业，拥有国家级企业技术中心、博士后科研工作站，酵母与菌种资源技术中心、烘焙与健康食品技术中心、蛋白质营养与调味技术中心、工业微生物与酿造技术中心、营养健康技术中心、生物农业技术中心、生物催化与酶技术中心、绿色材料与环保中心等。
- 安琪坚持依靠科技进步，整合全球资源，主导或参与制定了酵母及酵母衍生品的全部国家标准及行业标准，两次荣获国家科技进步奖，十二次荣获省部级科技进步一等奖，荣获全国质量标杆奖、第三届中国质量奖提名奖、湖北省第三届长江质量奖。先后被工信部评为“国家技术创新示范企业”，被人社部表彰为宜昌首个“全国和谐劳动关系创建示范企业”，被农业农村部认定为“农业国际贸易高质量发展基地”，获评湖北最佳上市公司。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 2023年，研发科技成果不断涌现。
- 建立面用酵母遗传育种平台，成功开发一系列性状优良、具有商业价值的新菌株。
- 积极打造酵母全基因组数据库。参与的“中国传统米面发酵制品主效功能微生物资源库建设及产业化应用”项目，通过了由中国轻工业联合会组织的科技成果鉴定，一致认为达到了国际领先水平。
- 2023年，安琪研发总投入达6.03亿元，同比增加12.50%。



## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 深耕酵母领域，推动主食营养化与产业化。
- 始终将酵母作为主营业务，不断强化在酵母领域的基础研究和应用技术，已成为全球酵母领域品类最多、产业链最完备、技术领先的行业领跑者。发酵技术的推广，掀起了中国传统主食的革命，实现了面点的营养、方便、安全和产业化。
- 2023年，公司适应新一代家庭消费者对酵母产品的新需求，利用耐高糖酵母菌种及新型酶技术，成功开发上市了“小白条”酵母，具有“发酵更快速、揉面更轻松、组织和口感更好、产品适应性广、使用更方便”等突出特点。



## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 创新食品原料，满足多元化需求，助力食品安全。
- 在强化酵母主业的基础上，安琪深刻洞察消费者对食品营养健康安全美味的需求，不断改进面包和面点的品质、口感及花色品种，从而丰富相关食品原料类别。并创新开发多种新型原辅料产品，使油条、麻花、芝麻球、米发糕、蛋糕等中西式传统食品更适应食品安全及营养健康的要求。
- 2023年，公司开发防潮糖粉、复配粉乳化剂、大黄油、预拌粉等新品开发56个，入市45个，改进配方产品5个。继续践行了“甄选全球原料，创新健康生活，做全球健康食品原料创新者”的使命与愿景，承担和推进烘焙和中华面食领域的健康食品原料类产品和技术开发与服务。

## • 第二章 主体责任

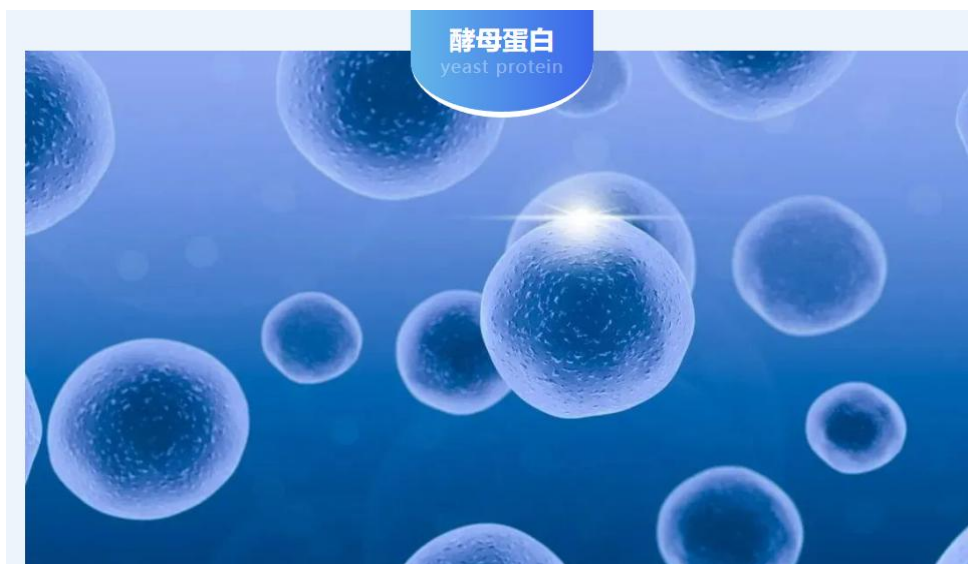
### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 创新发酵营养，助力行业可持续发展。
- 安琪利用发酵技术及发酵营养服务传统酿造、发酵工业及其它生物工程领域，创新开发了多菌种微生物复合系列、发酵营养剂、酵母浸出物、酵母蛋白胨等产品，为精准调控下游发酵工业的效率、降低客户成本、提升客户产品竞争力、减少碳排放及促进环境保护发挥了积极作用。
- 安琪作为中国新型有机氮源市场的开创者，酵母源培养基产品率先实现了标准化生产，实现了有机氮源营养成分的量化可控，打破了进口垄断，为国内生物发酵产业的技术升级、自主可控发展提供了有力支撑，并在此基础上进一步实现了针对特定发酵产品的有机氮源个性化、定制化服务，为中国生物发酵产业提质增效作出了杰出贡献。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 酵母蛋白获批国家新食品原料，引领产业新发展。
- 酵母蛋白，作为一种高效、可持续的微生物蛋白来源，不仅有助于丰富国民饮食结构，还可为食品产业的绿色发展注入新动力。

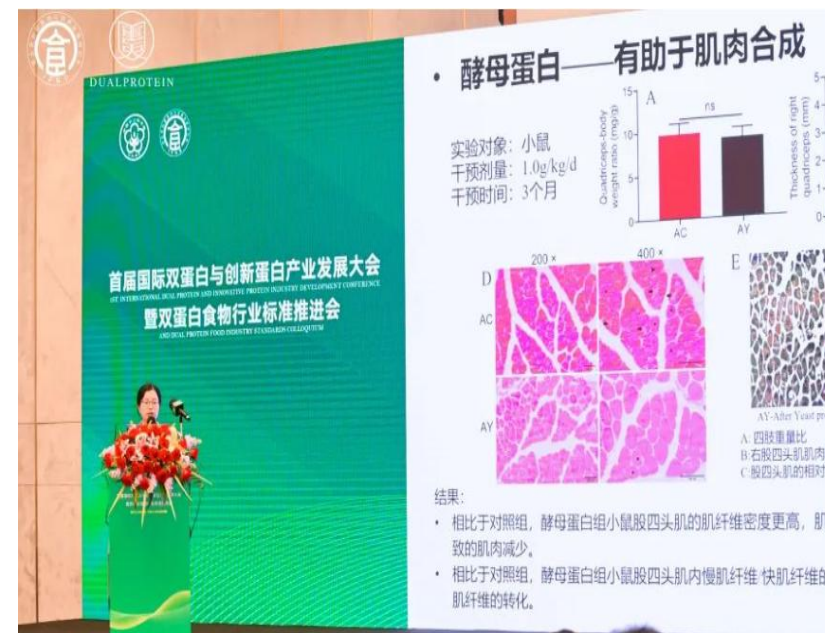


- 公司关注酵母蛋白的潜力，并投入大量资源进行研发。经过不懈努力，从酵母中提取分离的高质量蛋白质原料应运而生，其蛋白含量高达80%以上，远高于传统的动植物来源。
- 未来，公司将继续深耕酵母蛋白领域，凭借自身的技术优势和市场地位，引领我国乃至全球的替代蛋白产业发展。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 安琪参加首届国际双蛋白与创新蛋白产业发展大会。
- 2023年12月8日-10日，由农业农村部食物与营养发展研究所主办的首届国际双蛋白与创新蛋白产业发展大会在海南省海口市举办。安琪受邀参会并作了《向微生物要蛋白》主题报告，科普了新食品原料——酵母蛋白的相关特性，并对应用现状及未来展望做了深入分析，分享了公司在该行业的发展成果。
- 安琪将不断推出新产品新方案，以技术创新赋能产品价值，引领行业高质量发展，积极应对新形势下双蛋白产业的新挑战、新机遇，助力国家双蛋白工程稳定健康发展。



## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康

- YE技术创新，助力中国食品减盐行动。
- 2023年9月，由中国营养学会牵头，公司协办的“2023全国食品工业减盐行动企业调研活动”正式启动。



- 安琪拥有酵母菌种选育、高效发酵、复合酶解、减盐增味等产业化创新技术，可有效降低约20%的食盐用量，为食品领域提供了成熟有效的减盐增味方案。安琪产品能充分满足企业不同风味产品“减盐不减味”的需求。自中国营养学会发布《全国食品工业减盐行动指南》以来，安琪已连续多年协办全国减盐实践研讨活动。学会与企业一致肯定安琪酵母抽提物在食品工业减盐行动中所作出的贡献与支持。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 深度开发国际市场，加快打造全球化营销体系。
- 安琪已设立了国际业务中心，成立了6个海外事业部，截至2023年底，海外经销商数量5367家，海外员工1569人。
- 营销平台建设持续推进，坚定推进海外子公司建设和营销人员本土化。市场人员深入一线，推进渠道下沉和二次开发。
- 2023年，公司投资设立了阿尔及利亚公司，深耕当地酵母及食品原料市场。
- 国际业务统筹谋划全业务增长，坚决推进全业务涨价，不断优化渠道结构和经销商设置，稳定新增各业务领域专业经销商。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 借助展会渠道，积极拓展市场开发。
- 强策划、重营销，紧密协同参与展会策划。提升参展规格，科学选择参展面积和位置。重视展会配套宣传，积极投放展会广告，冠名、赞助展会同期行业活动，邀约媒体采访报道，进一步扩大参展传播范围。
- 2023年，组织参加全年70场国际展会。参加德国IBA、非洲食品展FoodAfrica、迪拜海湾食品展、美国食品科技配料展、摩洛哥SIEMA食品展等众多国际展会，推广公司酵母制品，提升国际化品牌和企业形象。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 壮大海外传播阵地，丰富传播内容。
- 与媒体合作更加紧密。FBTRA、FIA等头部媒体主动报道安琪20余次，同比翻番。烘焙、酿造、YEF、营养健康等业务在各自行业头部媒体开展4次以上软文、广告投放，发声明显著增强。创作酵母蛋白纪录片等高质量传播内容，品牌传播效果提升。
- 贴合市场需求，专项策划酵母蛋白、酵母细胞壁、小包装酵母等重点产品的品牌推广，成功塑造安琪酵母蛋白行业引领者形象，非洲、亚太市场精准投放小包装酵母YouTube广告，观看总量超45万次，强化了安琪小包装酵母品牌认知。
- 启动与专业网红机构合作，新增美国、法国、肯尼亚网红，品牌当地化影响力提升。
- 创作国际业务宣传片、动物营养宣传片和各业务产品短视频50个，丰富传播内容，动物营养宣传片收获观看超7.5万次，社交媒体活跃度提高。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 强化知识产权保护，为创新发展“护航”。
- 公司自成立以来，一直高度重视知识产权工作。作为湖北省内较早通过知识产权管理体系认证的企业之一，通过建立知识产权管理体系，完善知识产权管理制度、强化员工知识产权保护意识、培养知识产权专业人才等一系列措施，使公司在知识产权创造、运用、管理、保护等方面综合水平显著提升，促进了知识产权的创新、保护和应用。
- 中知（北京）认证有限公司知识产权监督审核小组对公司的知识产权管理体系进行了监督审核。此次审核旨在评价公司知识产权管理体系的持续符合性和有效性。审核组经过审核，充分肯定了公司在体系运行管理中所做的工作和努力，认为公司知识产权管理体系运行符合标准要求，最终推荐继续保持体系证书的有效性。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

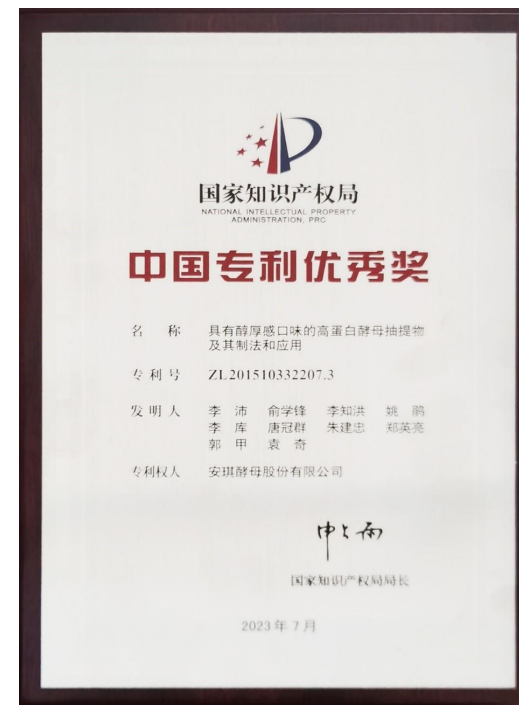
- 强化知识产权保护，为创新发展“护航”。
- “具有醇厚感口味的高蛋白酵母抽提物其制法和应用”获得第24届中国专利优秀奖。
- “一种从酵母细胞中制备还原型谷胱甘肽的方法”被评为湖北省高价值专利金奖。
- 公司被评为2023年宜昌市高价值专利培育中心，知识产权管理体系的有效运行，将成为公司构建和维护技术创新平台的基础，可以促进知识产权管理平台更好地明专利培育中心。服务于技术创新，体现知识产权资产的价值，为技术研发、成果转化注入强劲动力，并最终为公司赢得市场优势。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 强化知识产权保护，为创新发展“护航”。
- 2023年，公司进一步完善了知识产权管理体系的运行，推进专利战略规划布局，推进酵母国际标准的制定。全年申请专利159件，获得专利授权90件。
- 截止2023年末，安琪共申请专利1367余件，其中有效国内发明专利159件，国外发明专利106件，实用新型180件，外观设计58件；专利申请涉及酵母及相关产品的各个技术领域。
- 安琪还通过PCT、巴黎公约途径，在美国、巴西、欧盟、加拿大、南非、澳大利亚、韩国、日本等40多个国家和地区提出了170件国际专利申请。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 数智化赋能，全面深化质量管理。
- “数智化4+6质量管理模式”是公司在数字化转型过程中突破性的质量管理创新，包括生产数字化、渠道数字化、终端数字化、营销数字化四大核心数字化建设模块，同时融合六西格玛质量管理，充分发挥精细化数据运用的能力。
- 2023年，公司的“数智化4+6质量管理模式”再度获评全国质量标杆，是湖北省唯一上榜的食品企业。这是公司继2017年凭借“CIP无菌管理模式”荣获全国质量标杆之后，再度获此殊荣。
- 公司全面深化质量管理能力建设，持续提高数字化水平，大力改进质量管理领域存在的数据利用率不足、信息化基础薄弱等痛点。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

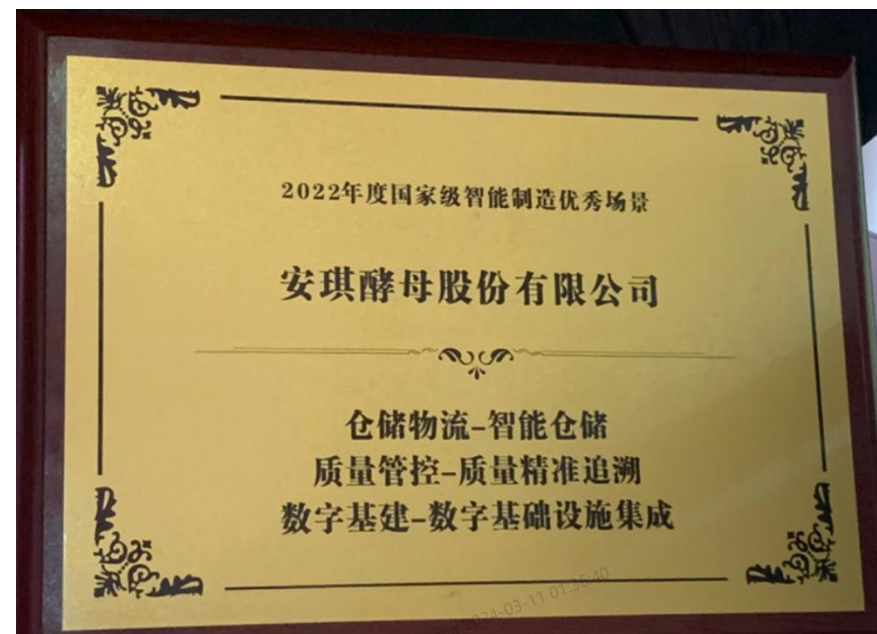
- 推进两化融合，培育新动力、促进新发展。
- 自2018年起，公司以战略目标为指导，积极推进两化融合及其管理体系贯标，并于2020年4月通过了国家评定，进一步提升了企业的品牌影响力和竞争力。
- 2021年7月，安琪两化融合管理体系通过了中国两化融合服务联盟的监督审核。
- 两化融合管理体系监督审核，是由国家工信部下设两化融合管理体系联合工作组委托具有权威资质并符合限定范围的第三方机构，对企业两化融合建设实施进展及管理体系适应性，进行全面审查和综合考量。公司成立了数字化建设委员会，统筹公司自动化、智能化、信息化工作。实施SAP、营销数字化、财务共享、WMS系统、MES系统、APS、工业大数据、数据可视化与分析、SRM系统、合并预算管理系统等信息化系统。
- 2023年，公司入选第一批湖北省5G全连接工厂名单。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 2023年7月，智能制造创新发展论坛在武汉召开，公司凭借仓储物流—智能仓储、质量管控—质量精准追溯、数字基建—数字基础设施集成三个场景建设情况，成功入选工信部2022年度国家级智能制造优秀场景名单。
- 安琪入选工信部2023年度智能制造示范工厂揭榜单位名单，入选2023年第一批湖北省5G全连接工厂名单。
- 未来，安琪将继续加大在智能制造领域的投入，不断提升自身的智能化水平；并向其他生物发酵企业提供可复制、可推广的智能制造典型应用场景解决方案，树立行业标杆，为推动行业的发展做出更大的贡献。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 以数字化赋能企业治理，推进治理精准化。
- 建设5G专网，实现大规模基础设施互联，实时检测和控制生产过程中数据指标，实现设备间的信息共享，还可以支持生产资料、人员信息的数据共享与资源集中调度。
- 紧扣“更公开透明、更公平合理、更高效合规”的工作重点，对集团招采业务全面调研，上线新SRM招采管理系统，实现公司招采制度的全部采购方式全流程电子化留痕。
- 立足于提升企业数字化经营管理能力，实施数据分析与可视化项目，贴合业务探索不同领域的数据表达重点与指标展示方式，挖掘数据之间的潜在规律与趋势，实现财务、生产、安全、物流、安防、人力、销售、工业大数据、采购、环保、装备等11个领域业务分析管理平台信息化建设。
- 打造人员、客户、费用、订单在线管理的数字化作业平台，通过移动办公、客户拜访、销售订单、费用管控等功能模块实现人员行为管控和销售业务管理，建立线上运营互动机制，搭建闭环化管理系统，塑造精细化管理流程。

## • 第二章 主体责任

### 四、加强廉洁经营，强化供应商监督管理，优化公司营商环境。

- 建立廉洁经营的监管机制。
- 2023年，安琪通过强化政治监督，确保各项工作部署贯彻落实。促进各类监督贯通协调，推动形成强大监督合力。组织开展廉洁宣传教育，拓展清廉安琪建设成效。持续深化纠治“四风”，推进作风纪律建设常态化。严肃精准追责问责，始终保持利剑高悬高压态势。加强纪检监察队伍建设，持续提升履职尽责能力。



## • 第二章 主体责任

### 四、加强廉洁经营，强化供应商监督管理，优化公司营商环境。

- 强化廉洁经营理念。
- 倡导员工忠诚守信、纪律严明、自律自省、风清气正；从思想上引导员工树立遵纪守法、廉洁自律的合规意识。
- 专门制定了廉洁风险防控手册，完善廉洁经营管理运行机制，规范公司经营管理行为，提升公司廉洁自觉性，强化公司廉洁氛围，维护公司持续健康发展。
- 廉洁经营管理规范从招标及采购、工程、销售、人力资源、财务和行政管理六个环节对公司及子公司廉洁经营事项进行阐述，建立了相关制度流程，定期对廉洁风险管理情况进行检查，年度考核评价。

## • 第二章 主体责任

### 四、加强廉洁经营，强化供应商监督管理，优化公司营商环境。

- 完善供应商管理机制。
- 安琪已拥有一大批能提供稳定合格原材料的供应商，完全确保公司产品的食品安全和产品品质，同时公司尝试进行供应商管理和培训，与供应商共享资源，提升供应商的自主管理水平，实现全链条质量管理。
- 我们采购和使用不触碰可持续发展底线和更多支持可持续发展的服务；我们尽量致力于通过现场评审提升供货商的可持续发展意向；在与供货商合作的过程中，我们坚持负责任的行为准则，寻求以信任与支持致力于长期发展关系；我们为参与采购的员工提供培训和指引，以便更好地执行本政策。

## • 第二章 主体责任

### 四、加强廉洁经营，强化供应商监督管理，优化公司营商环境。

- 健全招采管控制度体系。
- 加强采购流程管控，建立了招标策划和授标审批流程，建立了大宗物料先行指标，对子公司采购体系进行审核，评估集团内所有采购组织及采购业务运行的有效性和符合性，促进采购组织持续改进体系运行质量。
- 招采制度体系进一步健全。修订发布了公司《采购管理制度》《招标及采购定价操作细则》等制度，新增框架协议采购、直接采购定价方式，打造了全新 SRM 招采监管系统，实现采购活动信息公开、过程合规、成交高效、有迹可循。围绕业务需求，梳理、优化招标采购流程。

## • 第二章 主体责任

### 四、加强廉洁经营，强化供应商监督管理，优化公司营商环境。

- 致力营造机会均等的招采环境。
- 遵循上市公司内控指引要求，结合多年来的实践经验及所处行业特点，建立了适应公司发展的采购模式。按原材料、工程、生产装备、物流等采购业务类型建立专业采购职能部门，实行集团化采购管控，核心及大宗采购产品由对应集团化采购部门统一采购，各子公司执行。
- 建立了严格的采购内部审计体系，所有采购部门定期进行内部审计；建立了公开的供应商门户，实施阳光化采购，有效的增加了采购过程的透明度及竞争性。
- 廉洁从业原则：采购业务相关人员应严格执行公司采购管理制度、流程及公司廉洁风险防控制度相关要求，提升自身职业素养，在采购过程中应严格履行信息保密要求，杜绝涉及廉洁风险的行为。

## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以合法合规为底线，提高运行管理能力。
- 公司及控股子公司严格按照当地的环境保护法律、法规要求进行生产经营管理，公司被列入“宜昌市生态环境监督执法正面清单”。2023年，公司各项污染物的排放指标满足监管要求，通过了当地环保部门组织的环境监测。
- 公司高度重视海外工厂环境保护工作，2023年海外工厂环保设施运行正常，主要污染物排放均满足当地环保排放标准。
- 公司按要求制定了环境自行监测方案，通过人工化验+委托监测+在线监测的方法对废水、废气及噪声排放实施全方位监控。按照环保主管部门监管要求每季度进行在线监控系统有效性审核，并及时在网上公开了日常排放数据指标。





## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以绿色理念为宗旨，开展走进安琪活动。
- 公司高度重视与周围社区的关系，2023年持续开展“走进安琪、了解安琪”的社区交流活动，公司也邀请了周边大专院校的学生来安琪参观调研。安琪的环保理念和治理力度得到肯定。
- 参观人员详细了解安琪的发展历程、企业文化、循环产业链、生产现场、污水处理工艺及沼气和污泥资源化合理利用等情况。纷纷称赞道：“安琪的安全生产及环保治理工艺先进，让人很放心。”
- 公司将持续开展走进安琪系列活动，积极宣传绿色环保知识，让安琪“生态优先、绿色发展”的环保理念深入人心。



## • 第二章 主体责任

### 五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以制度体系为基础，夯实绿色发展机制。
- 公司提出“环保也是竞争力”的经营理念，以保护环境为己任，持续推动环保治理、节能减碳和清洁生产。公司被中国生物发酵产业协会评为全国生物发酵行业节能环保示范企业；公司被宜昌市政府授予“宜昌生态环境保护奖”；公司参与制定和修订《酵母工业水污染物排放标准》，起草了《发酵行业（酵母）清洁生产评价指标体系》。
- 环境保护一直是公司可持续发展的重要战略，针对国家环保形势要求，公司提出“国家标准、社区满意”的双达标目标，这一目标将安琪的环境保护工作推向了一个新的高度，公司持续加大环保投入，优化现有环保处理设施，确保新环保目标的实现。
- 公司通过了ISO14001环境管理体系认证，并不断提高自身环境管理能力。2023年公司新增了《环境信息依法披露管理细则》，完善了《环保事件管理细则》《环保舆情管理细则》《污染源在线监测系统管理细则》《环保隐忧管理细则》等系列环保文件。

## • 第二章 主体责任

### 五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以节能减碳为目的，提升清洁生产水平。
- 安琪坚持践行“绿色低碳”理念，坚定不移地推行绿色生产，用行动为绿色地球助力。公司被湖北城乡和建设厅认定为省级“节水型企业”。
- 安琪于2021年底入选工信部公布的国家级“绿色工厂”。这一荣誉是对安琪工厂贯彻“绿色智造”理念的认可，标志着安琪全方位环保生产标准的达成。
- “绿色工厂”是绿色智造体系的实施主体，也是核心支撑单元，为完成绿色生产的目标。通过全面推广节能设备、节能技术和余热余压回收，降低工厂各用能设备能源消耗，达到节能减碳的目的。
- 董事长熊涛表示：要实现人与自然和谐共生的现代化，作为节能减碳主体的广大生产企业，责无旁贷。

## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以节能减碳为目的，提升清洁生产水平。
- 持续依靠生产工艺技术进步，降低污染物排放指标，减少排放，提高效能，打造了企业的核心竞争力，建立了行业的标杆。在生产环节，严格执行排放强度准入，鼓励节能降耗，实行清洁生产并依法开展审核，主要清洁生产指标在行业内处于绝对领先水平。
- 2023年，持续推进清洁生产工作，各项能耗指标和污染物排放指标均持续降低。单位产品综合能耗同比下降0.9%；减碳行动合计减碳19.01万吨。
- 开展产品碳足迹研究，组织中国质量认证中心对外贸型抽提物产品F80进行了第二轮核查并出具了碳足迹证书。完成碳履约工作。本年度完成赤峰、伊犁、柳州公司2021-2022年及股份公司2022年共计1023868吨履约工作。
- 2023年宜昌地区购入绿色电力130MWh，柳州地区购入生物质绿色蒸汽45686吨。

## • 第二章 主体责任

### 五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以技术进步为核心，升级环保治理设施。
- 推广了废气菌泥生物净化技术，污染物净化效率提升至95%，降低废气治理系统化工原料消耗，实现低碳高效治理。推进赤峰、可克达拉、埃及、俄罗斯蒸发尾气及生化废气进曝气池技术落地。
- 推进了德宏和普洱公司MVR蒸发系统、德宏公司厌氧氨氧化系统的采购和工程化实施。
- 广泛开展了厌氧氨氧化技术交流和工程案例考察，开发菌泥需求客户。推进颗粒法协同生物膜法厌氧氨氧化新工艺完成公司技术评审、专利申报和科技项目申报，并在白洋项目和柳州项目实施工程化应用。
- 推进可克达拉、睢县、普洱、德宏、高新区、百味、埃及、柳州、崇左、铁岭等公司新改扩建工程和能力提升环保项目的实施。完成总部一体化环保设施的采购和调试运行工作。

## • 第二章 主体责任

### 五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以环保研发为基石，拓宽资源化利用途径。
- 2023年公司原环保技术中心更名为绿色材料与环保技术中心，开启在生物基材料工艺、绿色材料合成、环保治理新技术、材料应用等新领域的研究。进一步明确了研究方向，有利于聚焦前沿技术，提升环保水平，推动绿色发展。
- 技术中心把研究重点放在清洁生产关键控制技术上。追溯生产中产生废水、废气、废渣的本质原因，协助生产系统优化生产和管理过程，降低“三废”排放量。同时，研究“三废”特性，探索潜在的资源化利用途径，拓宽“变废为宝”的路径并提升效率。
- 2023年完成了活性污泥指标分析，考察并验证了多项活性污泥减量处理小试技术路线验证。完成了公司首个废气监测分析平台的构建。完成了木质素特性分析，以及相关调研报告。推进了污泥厌氧消化及硫自养深度脱氮试验。

## • 第二章 主体责任

六、强化建设项目安全管理，加快推进本质安全改进，推进各级人员履职尽责。

- 查找安全管理短板，每月策划实施一个专项活动，开展“岗位三分钟演练”“日训一案”“危险作业手指口述”“危化品储存达标创建”“液氮紧急切断阀操作演练”“布袋除尘器布袋阻燃性专项改进”等系列活动，消除重点事故隐患，提升全员安全意识和技能。
- 形成子公司经理层日常巡检机制，子公司经理层参与监督部门级安全管理工作，进一步激励了全员安全工作的积极性、主动性和创造性。

危险作业手指口述



个人防护用品提升



## • 第二章 主体责任

六、强化建设项目安全管理，加快推进本质安全改进，推进各级人员履职尽责。

- 识别重点风险要素，推进本质安全改进。聚焦安全生产管理重点、难点，逐项实施本质安全课题12个，包括沼气管道双阀管控、冷却塔本质安全管控、氨水罐泄爆项目及工棚规范化管理等项目，通过项目实施有效提升了容错空间。



- 依托安全可视化平台和远程通话系统搭建集团化应急指挥平台。建设安全信息化平台并在园区工厂上线运行。建设完成集团通勤车监控平台。



## 第二章 主体责任

### 六、强化建设项目安全管理，加快推进本质安全改进，推进各级人员履职尽责。

- 编写发布《建设单位安全履职指导建议（试行）》，指导各建设单位履行安全首要责任；每日监督检查在建项目安全班前会、日检查工作落实情况，强化安全责任。
- 通过采用安全可视化系统、事故案例现场教育平板、安全小喇叭、安全语音警示牌等新技术新装备加强现场安全管理水平。
- 编制《现场施工安全文明落实检查项目》标准，持续开展建设项目“红黑榜”评比及示范创建。

2023年第14期工程项目安全文明施工管理红黑榜		时间：2023年12月31日	
 <b>红榜</b> 榜 单		 <b>黑榜</b> 榜 单	
上榜单位 安琪酵母（高新区）有限公司1.9万吨食仓储及配套设施建设项目		上榜单位 安琪酵母（德宏）有限公司年产1.9万吨酵母抽提物绿色制造项目	
 <b>点赞 曝光</b>		 <b>点赞 曝光</b>	
项目名称 安琪酵母（高新区）有限公司1.9万吨食仓储及配套设施建设项目		项目名称 安琪酵母（德宏）有限公司年产1.9万吨酵母抽提物绿色制造项目	
单位信息 建设单位：安琪酵母（高新区）有限公司 施工单位：浙江乾坤建设工程有限公司 监理单位：云南中工监理咨询有限公司		单位信息 建设单位：安琪酵母（德宏）有限公司 施工单位：湖北鑫茂建设有限公司 监理单位：湖北地元工程咨询有限公司	
			
上榜理由 施工区域管理设置及实名制安全通道、并布置安全文明宣传内容；施工区域设置围挡喷淋设施；施工区域进出道路口设置通行主要通道进行硬化处理；施工现场设置安全警示牌、并设置喷淋降尘；施工现场落实制度牌干净整洁；材料堆放整齐且设置有效标识。		上榜理由 多处违反《安环集团施工安全十项禁令》：1. 施工现场施工人高空作业时违反安全十项禁令，高处作业违章、严重不安全行为。一人高空作业未佩戴安全带，多人高处作业未系安全带；2. 施工现场网络用电不规范；一名施工人员作业时未佩戴劳保用品；施工现场设置设备未进行安全防护，高处已有大量积水；施工现场设置设备未进行安全防护，未落实安全防护；现场材料堆放及可燃物未进行清理；施工现场施工未进行材料堆放；部分材料未设置堆放区及材料标识牌。	

## • 第二章 主体责任

### 六、强化建设项目安全管理，加快推进本质安全改进，推进各级人员履职尽责。

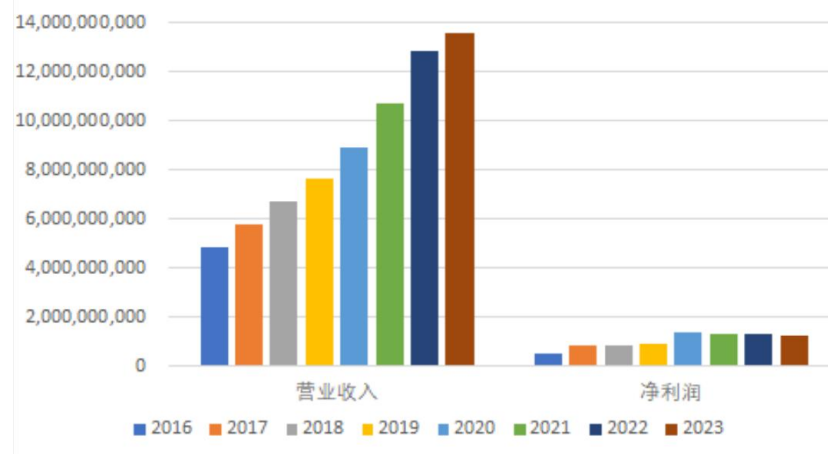
- 开展各类安全培训。结合安全生产月、消防宣传月等活动，组织开展专项安全培训活动；开展安全管理人员安全知识点线上培训。
- 外请专业培训机构、购买专业辅导课程，开展锅炉安全、高压电工、中级注册安全工程师、注册消防工程师等方面的系统培训，提升安全管理人员专业能力。全年86人参加高压电工证取证考试，96人参考注册安全工程师，3人参考注册消防工程师。
- 全年开展安全培训1,623场，培训104,481人次，人均培训10次；开展应急演练609场，参与人数22,313人次。



## • 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 及时、准确、真实履行信息披露义务，保护股东知情权。
- 安琪一直按照有关法律、法规的要求在中国证监会网站和指定报刊上披露信息，使全体股东享有平等获得公司信息权利和机会，没有发生信息披露违规的情形。



- 严格按照上市公司治理准则规范运作，遵守各项上市监管规定；持续完善公司治理结构，改进子公司证券事务管控办法、重大事项报告及决策程序，规范三会运作确保公司治理结构合法合规，稳定运行。
- 2023年，公司实现营业收入135.81亿元，同比增长5.74%。

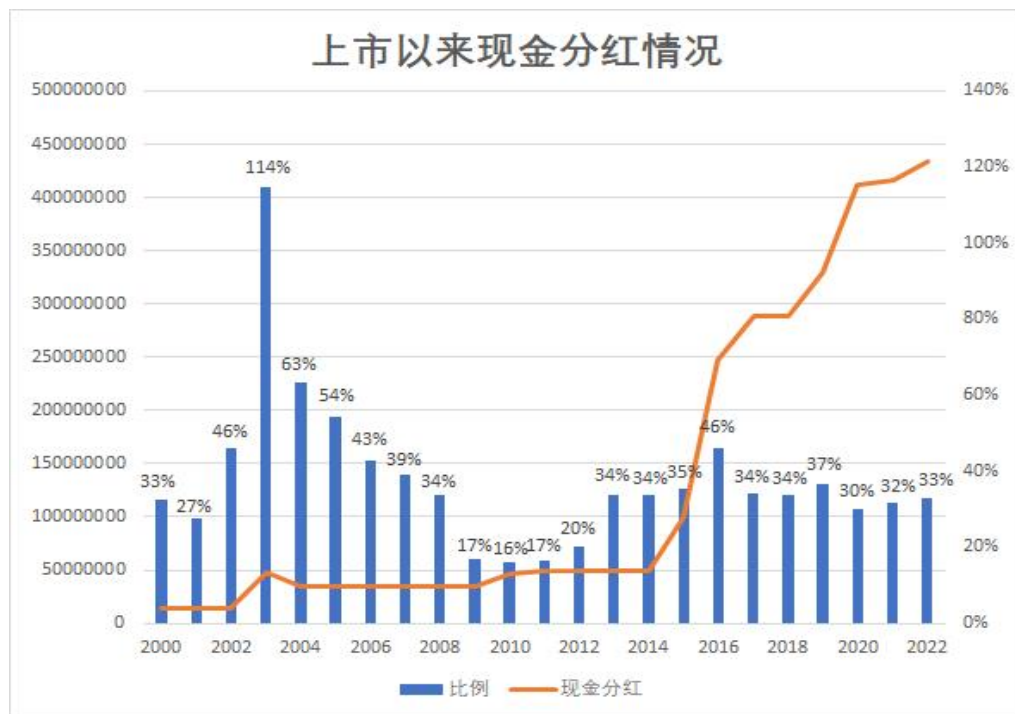
## • 第二章 主体责任

### 七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 及时、准确、真实履行信息披露义务，保护股东知情权。
- 高度重视信息披露工作，始终坚持“真实、准确、完整、及时、公平”的原则开展信息披露工作，严守信息披露“质量关”，推动公司价值高质、高效传递。
- 逐步建立并完善了内部信息披露相关制度，制定了《信息披露管理办法》《内幕信息知情人管理制度》《外部信息使用人管理制度》《信息披露暂缓与豁免业务管理制度》，规范明确了内幕信息知情人报备登记、内部重大事项报告等相关流程，配备了专人负责信息披露事务，从体系架构和制度上给予支持和保障，保证了信息披露工作的规范和专业。
- 将继续提升信息披露的有效性和针对性，进一步提高信息披露质量和公司治理水平，更好地为投资者服务，维护公司资本市场的良好形象。

## • 第二章 主体责任

### 七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。



- 重视投资者持续回报，保护投资者收益权。
- 公司遵循回报股东的原则，建立了科学、持续、稳定的利润分配决策和监督机制，制定相应合理的利润分配政策，让投资者分享安琪高速发展的成果。
- 公司自2000年上市以来，每年均进行现金分红，累计分红23次，累计已发放现金分红金额30.55亿元，树立了对投资者诚实、守信的良好健康形象。公司现金分红额超过资本市场融资额。

## • 第二章 主体责任

### 七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 建立了财务管理制度、负债管理制度、内部审计制度、财务付款审批、报销制度、资金内部控制制度、销售与应收内部控制制度、成本核算内部控制制度、董事会审计委员会议事规则、对外担保管理制度、关联交易制度等一系列内部管理控制制度，确保了公司财务稳健与公司资产、资金的安全，保证了债权人的利益。公司的各项重大经营决策过程中，均充分考虑了债权人的合法权益。
- 设立了审计部，每年开展严格的内部控制管理和评价，通过内部控制管理，及时发现管理缺陷并进行整改，同时持续完善管理制度，确保公司经营管理时刻合法合规。安琪审计部负责对公司内部控制制度进行独立评价，并聘请大信会计师事务所参与评价。
- 建立了内部控制制度和流程，并得以有效执行，不存在财务报告和非财务报告内部控制重大缺陷。强化合规管理和风险控制，加强对日常经营活动中的合规风险进行识别与评估，分析制定和实施降低风险的建议措施，形成合规管理和风险控制的日常工作机制。

## • 第二章 主体责任

### 七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 重视投资者关系，切实履行信息披露及投资者沟通任务。
- 2023年，安琪全方位、持续不间断地与投资者进行沟通和交流。董事会积极开展与投资者的良性互动，保持与全球投资者的顺畅沟通，每月定期召开电话会议，进行了多次反路演活动，参加了多个投资者见面会和年/季度策略会，帮助投资者了解公司现状，引导投资者对公司价值进行客观判断，避免不实信息对投资者的误导，保护投资者的切身利益，努力提升资本市场对公司价值的认可度。本年度参加券商组织的现场策略会30余次，投资者交流超过100场，线上电话会80余次。
- 公司参加了湖北辖区上市公司投资者集体接待日活动并常态化开展业绩说明会。通过全景网、易董价值在线、上交所路演中心等平台，对公司经营情况、财务状况和发展成果同投资者充分沟通交流。本年度共召开业绩说明会4次，参与人员450余人次。

## • 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

• 重视投资者关系，切实履行信息披露及投资者沟通任务。

• 2023年5月17日，组织策划了投资者走进上市公司活动。华福证券宜昌营业部投资者走进公司进行参观座谈，展现公司内在价值，更好引导投资者理性投资。

• 2023年，公司积极接待投资者实地调研，合理规划调研路线，通过参观公司展厅、酵母生产线、高管面对面座谈等多种方式，加深投资者对公司的认识和理解，提升投资者对公司发展理念的认同感。本年度接待现场调研50余次，覆盖人员100余人次。





## • 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 持续创新投资者关系，积极传递公司投资价值。
- 2023年8月21日、23日、25日，公司联合华泰证券开展了《走进上市公司》《高管访谈》《品牌讲堂》三场直播活动。
- 公司董事长、董事会秘书及公司部分管理层全程参与了直播活动，围绕酵母产业链、行业竞争格局、酵母抽提物应用领域、安琪酵母发展密码及食品饮料板块投资逻辑等内容，与投资者进行深入互动。
- 直播间气氛火热，在线观看超过5万人次。



## • 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 营造良好资本市场形象，提升投资者对公司价值的认可度。
- 2023年，获得多项殊荣，荣获全景网“杰出IR团队”“最佳中小投资者互动奖”和“最佳新媒体运营奖”三个奖项；蝉联“湖北最佳上市公司”和“湖北最具投资者认可度上市公司”荣誉称号；荣登“2022年度中国上市公司健康指数百强”榜单。
- 公司将不断加强规范运作，更加重视上市公司治理、投资者关系管理及投资者权益保护，积极承担社会责任，在与资本市场良性互动中，实现健康、稳定发展。



## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

- 公司承诺遵守国家劳工、健康与安全、环境、道德规范及其他社会责任的法律法规，遵守国际公认的相关标准以及其他适用的行业标准和国际公约。
- 根据行业标准制定符合劳工条件、健康与安全、环境安全、道德规范的公司政策、生产工序和工作环境，持续改善工作条件和员工福利。
- 2023年，安琪员工总数达11897人，其中女性员工占比32.7%，女性中层干部47人，充分发挥了女性在公司发展中的作用。

专业构成	
专业构成类别	专业构成人数
生产人员	8588
销售人员	1760
技术人员	853
财务人员	186
行政人员	510
合计	
教育程度	
教育程度类别	数量 (人)
研究生及以上	561
本科	3038
大专	3112
大专以下	5186
合计	11897

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

- 公司秉承“企业为人人提供发展空间、人人为企业创造竞争优势”的人力资源开发理念，鼓励员工努力实现高目标高绩效，与公司共同成长。
- 建立科学的职业发展通道，为员工发展提供广阔舞台。公司不断健全职级体系，对销售、技术、生产、职能四个序列设置了科学合理的职业发展通道；完善了任职资格标准，设立了管理和业务（技术）职业发展双通道，有利于各类人才的脱颖而出。
- 持续推进干部队伍年轻化，提拔重用了一大批80后、90后干部；建立了轮岗交流机制，定期履职情况评价。
- 改进了薪酬考核方案，强化了工资水平与绩效结果的刚性挂钩，形成薪随岗变、易岗易薪的奋斗机制，进一步调动各级人员的工作积极性；发布了重大技术创新成果等专项奖励方案，进一步营造崇尚科研的氛围；开展经理层成员任期制及契约化工作，将企业与骨干员工的长远利益紧密结合；加强人才队伍建设，建立人力资源梯队培养计划。

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，助力员工成长成才。

- 健全职工培训体系，公司树立“培训是员工最好的福利”理念，打造学习型组织。
- 公司设立教育培训中心，全面负责教育培训管理，按要求提取职工教育培训经费，每年明确各层级各岗位的培训计划，定期开展以内训为主、送外为辅的多领域培训，积极开展线上学习和直播讲堂。
- 2023年，公司培训计划完成率超过90%，人均学时超过24小时/年。包括中高层干部管理能力培训、销售系统培训、国际业务专业化能力培训、新员工入职培训、以及各专业领域如生产、装备、质量、安全、环保、财务等系统的专业化培训，有效提升了员工素质，为员工个人发展奠定了基础。



## • 第二章 主体责任

八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

- 安琪酵母入选“全国和谐劳动关系创建示范企业”，是国家劳动关系领域的最高奖项。
- 安琪大力推进和谐劳动关系创建活动，实施企业年金，年缴费金额近5000万元；设立驻外员工之家，解决外派人员“后顾之忧”；设立红娘小组，聚焦解决青年员工婚恋难题；推出EAP帮扶计划，纾解员工心理压力；出台安居政策，已提供300余套人才团购房；建立疾病关爱救助制度，最高救助额20万元。



## • 第二章 主体责任

八、坚持“员工为本”，切实提升员工福利保障，构建和谐用工环境。

- 推出限制性股票激励、企业年金等长效激励计划，提供人才团购房，为人才兴企提供了安居保障。
- 公司为员工补充购买意外伤害保险，提供租房补贴、通勤车、免费工作餐、带薪年假、公司慰问等，员工幸福感、获得感越来越强。
- 员工在基本工作需求、管理评价反馈、团队沟通协作、职业成长发展等方面的需求得到了较好满足，愿意为公司的事业发展投入更多的时间、智慧和情感，与公司共同成长发展。



## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 公司主动履行社会责任，积极参与社会公益事业。
- 公司控股股东安琪集团持续参与湖北援藏工作，投资建设高原益生菌智能化项目。项目投产后，将促进高原特色微生物产业发展，推动传统产业现代化发展、特色产业提档升级，对带动农牧民群众就业增收、扶持壮大集体经济等方面将发挥重要作用。
- 2023年，安琪集团持续对五峰土家族自治县仁和坪镇业产坪村进行结对帮扶。拨付帮扶资金90万元，用于“8.27”特大暴雨救灾应急资金、打通业产坪村多竹溪片区至仁和坪村张家嘴2.8公里道路。持续开办暑期留守儿童公益托管班，组织22名学生到宜昌参观学习，支持举办农村趣味运动会，电商团队到村拍摄养殖产业宣传视频助力乡村振兴等。2023年6月，助力业产坪村荣获“湖北省乡村振兴示范村”。
- 组建筑堡工程工作队，2200名志愿者加入25个志愿服务队，916名下沉党员常态化落实“双报到”，51名党员与独居老人“联户结亲”，105名志愿者参与义务献血活动，合计献血20800ml。



## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 公司赞助100万元用于支持峡大办学100周年暨本科教育45周年校庆活动，设立三峡大学“安琪英才奖学金”。
- 柳州公司向当地县委、县政府捐赠现金2万元，用于乡村振兴系列活动。
- 德宏公司向陇川县户撒乡人民政府共计捐赠1.1万元，用于支持当地民俗活动的筹办。
- 可克达拉公司向伊宁市政府赞助15万元，用于2023年元宵节“鸿运伊宁”焰火燃放活动，购买防暑降温物资慰问垦区公安局、消防大队、64团派出所、惠远检查站、16连警务站工作人员。
- 俄罗斯公司向利佩茨克州社会经济发展基金捐赠60万卢布，用于城市发展建设。
- 宏裕公司、喜旺公司分别向夷陵区教育基金会捐赠10万元，用于教育发展。

## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 近年来，越来越多的国际公司开始关注社会责任，并在订单中加入社会责任条款。社会责任审核是客户委托第三方机构，根据客户指定的公认标准对供应商进行劳工权益，工作条件以及环境保护三方面的审核。通过审核可以提高客户对安琪产品的认可度和依赖感。
- 公司通过加入Sedex会员，严格执行Smeta标准要求，遵守劳动准则，不断提升公司的社会形象。2023年，埃及公司、宜昌公司、崇左公司、赤峰公司、滨州公司等公司分别通过大客户的社会责任审核，符合社会责任审核各方面要求。
- 2023年12月，安琪通过社会责任ECOVADIS评审。
- ECOVADIS评审是企业社会责任第三方评审，评审主要围绕公司及下属子公司在环境管理、劳工及人权、商业道德、可持续采购等四个模块的方针政策、管理过程及运行结果开展。2023年经过评审，公司获得54分，百分比排名第58名，四个子项目都达到大客户要求的目标分数，在参与排名的食品制造类公司中位于前4%，为公司产品出口欧美大企业提供了条件。

## • 第三章 结束与展望

- 企业的成长与承担的社会责任是相辅相成、密不可分的，全方位的履行社会责任，更有助于企业品牌和美誉度的提升，促使企业的健康可持续发展。
- 2023年，公司在股东和债权人保护、职工权益保护、供应商、客户、消费者权益保护、环境保护和可持续发展、社会公益事业等方面做了大量工作，取得了良好的成绩，但社会责任履行状况与《上市公司社会责任指引》的相关规定还存在一定差距。
- 2024年，公司将继续秉承“发展生物技术，创新健康生活”的企业使命，把股东、债权人、客户、供应商、员工、环境、社会等利益相关者“互利共赢”的责任理念融入生产经营工作中，一如既往提供健康优质的产品和服务，坚持“员工为本，用户为源，技术质量为生命”的核心价值观，为客户创造更大价值，勇担社会之责，投身公益事业，以感恩的心回报社会。



# 发展生物科技 创新健康生活

Focus on Yeast Biotechnology Innovate for Healthy Life