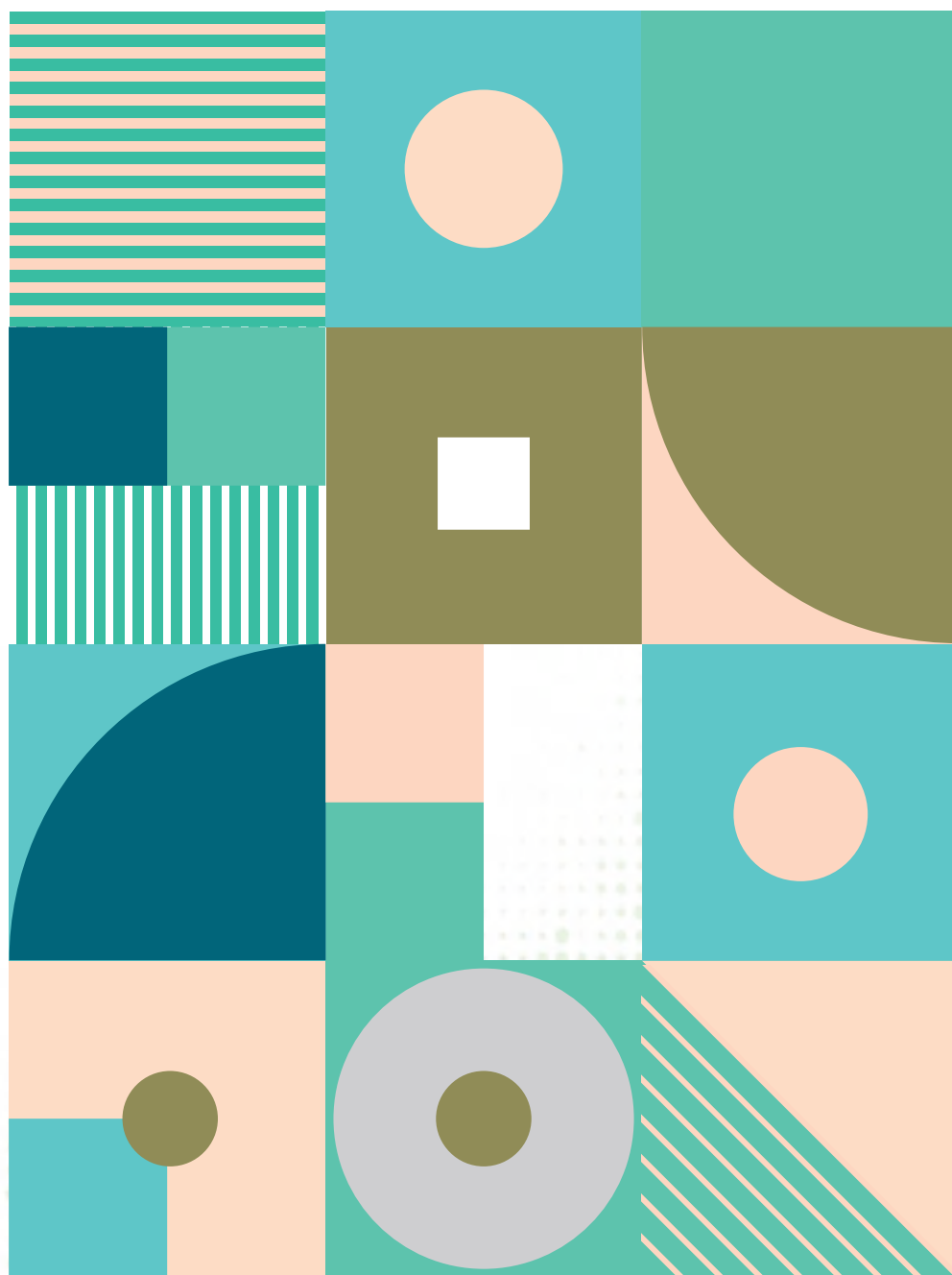


2023-2024 中国食品行业企业 社会责任研究分析报告



2023-2024 中国食品行业企业 社会责任研究分析报告

主编单位

中国食品工业协会
《可持续发展经济导刊》

编写委员会

主 编

徐 坚 殷格非

副主编

潘 韧 林 波 付宇杰

编写组成员

(排名不分先后)

赵秀红 黄石旦 李海林

张 琳 刘 晶 刘 宇 王乐然

目录

- 01 前言
- 02 中国食品行业企业社会责任发展背景
- 05 洞察前沿：食品行业企业社会责任发展最新趋势
- 07 责任践行：食品行业企业社会责任履行现状
- 23 赓续发展：食品行业企业社会责任提升建议

01. 前言

随着我国经济社会的不断发展，人民对优质生活的追求日益增强，健康意识也持续提升，这对我国食品行业的发展提出了新的要求。作为维系国计民生的重要产业，食品行业在满足消费者需求的同时，也担负着确保国家经济健康运行的重任。食品安全作为行业发展的核心要求，直接关系到人民身体健康与生命安全，必须得到严格保障。在此基础上，食品行业的持续高质量发展与社会责任践行成为社会关注的焦点。

《2023 年政府工作报告》中指出，坚持放管结合，加强事中事后监管，严格落实监管责任，防止监管缺位、重放轻管，强化食品药品等重点领域质量和安全监管。2023 年 3 月，国务院出台修订《食品安全工作评议考核办法》，落实食品安全管理责任，严把从农田到餐桌的每一道防线，维护和促进全民健康。2023 年 12 月，中央经济工作会议强调：树立大农业观、大食物观，把农业建成现代化大产业。党和国家不断强化对食品领域的监管力度，特别是在食品安全方面，通过完善的考核办法，确保食品行业从生产到消费的全程安全，切实保护人民群众身体健康和生命安全。

本年度，中国食品工业协会与可持续发展经济导刊继续开展行业社会责任研究，组织行业企业积极参与，编撰完成《中国食品行业企业社会责任研究分析报告（2023-2024）》。双方长期保持深度合作，成功举办“2020 中国食品行业社会责任建设发展论坛”暨社会责任工作培训会议，发布《“责任与担当”中国食品行业企业抗疫案例集 2020》《中国食品行业社会责任典型实践案例集 2020》，自 2020 年起连续发布《中国食品行业企业社会责任研究分析报告》年度报告，通过多元化的合作与交流，持续发挥各自专业优势，不断以创新思维和实践推动我国食品行业的高质量、可持续发展。

本报告主要从食品行业企业社会责任发展背景、食品行业企业社会责任发展最新趋势、食品行业企业社会责任履行现状以及食品行业企业社会责任提升建议四个方面进行阐述，总结、梳理食品行业社会责任发展的特点和不足，以期为食品行业企业加强社会责任履责能力建设提供参考，为食品行业企业发挥专业优势推动社会责任发展提供建议，促进我国食品行业企业履行社会责任水平的整体提升。

02. 中国食品行业企业社会责任发展背景

2.1 中国食品工业发展概况

随着经济社会的发展，人民生活水平的提高，作为关系人民群众切身需求与经济社会和谐稳定的民生行业，我国食品工业的行业规模不断扩大，科技创新为行业发展提供驱动力，规模以上食品工业企业在科研基础设施建设、科技人才培养、科技成果转化、专利产出、新产品研发方面显著提升，企业自主创新能力不断增强。

2.1.1 中国食品工业温和增长

2023年，我国规模以上食品工业企业实现营业收入9.0万亿元，同比增长2.5%；其中农副食品加工业增加值同比增长0.2%，食品制造业增长3.3%，酒、饮料和精制茶制造业增长0.8%。规模以上食品工业企业数量占全国规模以上工业企业数量的8.4%，资产占4.8%，营业收入占6.7%，利润总额占8.0%。¹

2.1.2 科研人员队伍不断扩大

我国规模以上食品工业企业研发人员队伍不断壮大。2023年，我国规模以上食品工业企业从事研究与试验发展活动人员18.05万人，较2022年增长22.45%。²

2.1.3 科技投入进一步增强

科技投入作为衡量一个企业科技创新能力和投入力度的重要指标，在推动科技进步、提高创新能力、培养科技人才等方面具有重要意义。2023年，我国规模以上食品工业企业研究与试验发展经费支出总额627亿元，较2022年增长3.74%。同时，我国规模以上食品工业企业创新费用支出总额1184.9亿元，较2022年增长3.49%。我国规模以上食品工业企业新产品开发经费支出总额946.69亿元，较2022年增长9.82%。³

1 数据来源：中国食品工业协会《2023年食品工业经济运行报告》

2 数据来源：《中国统计年鉴2024》

3 数据来源：《中国统计年鉴2024》

2.1.4 专利产出显著增加

专利是企业核心竞争力的体现，也是企业科技创新活动的重要产出之一。近年来，中国食品行业企业自主知识产权保护意识不断提升，专利申请量和发明专利申请量大幅增加。2023年，我国规模以上食品工业企业专利申请量为50375件，其中发明专利申请量为15491件，分别比2022年增长8.29%和16.67%。⁴

2.1.5 新产品研发能力不断提升

随着我国食品行业企业科研投入的持续加大，科技创新体系不断健全，创新能力不断增强，新产品开发项目数、新产品销售收入和出口收入进一步提高。2023年，我国规模以上食品工业企业实施新产品开发项目数为56923项，较2022年增长14.42%。2023年，新产品销售收入达到13758.88亿元，其中出口达652.60亿元，较2022年增长11.55%，新产品参与国际贸易竞争力进一步提升。⁵

2.2 党和国家重视食品工业的健康发展

食品工业是“为耕者谋利、为食者造福”的传统民生产业，在实施制造强国战略和推进健康中国建设中具有重要地位。党和国家重视食品工业的健康发展，为加快食品行业发展，推动食品工业转型发展，在体制机制、法律法规、产业规划、监督管理等方面采取了一系列重大举措。

党的二十大报告正式将食品安全纳入国家安全体系，突出强调要“强化食品药品安全监督”。2022年4月，国务院办公厅印发《“十四五”国民健康规划》，将健康中国建设提升至国家战略地位。2023年中央一号文件强调，要加大食品安全、农产品质量安全监管力度，健全追溯管理制度。2023年9月，由市场监管总局修订的GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准正式实施，明确提出推广绿色包装，对食品绿色包装进行了详细界定与规范。2024年1月，生态环境部发布《中国生物多样性保护战略与行动计划（2023-2030年）》，明确提出：“在食品、能源与采掘业、基础设施、制药、文旅、互联网科技等行业开展企业生物多样性影响评估试点与示范，探索构建重点行业企业生物多样性影响指数”。2024年6月，国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会、国家食品安全风险评估中心、农业农村部等部门发布一系列食品行业监管政策，对食品安全国家标准、食品安全主体责任、食品标签监督管理、食品中添加的非食用物质名录、水产制品生产许可、肉牛疫病防控要求、食品添加剂新品种、校园食品安全等内容公开征求意见，持续加大对于食品安全的监管力度。

4 数据来源：《中国统计年鉴 2024》

5 数据来源：《中国统计年鉴 2024》

2.3 社会责任信息披露要求日趋严格

随着全球可持续发展理念的不断深化，国内外组织机构相继出台更为切实可行和具有实质性内容的可持续信息披露标准，统一的可持续信息披露准则正在形成，监管要求也不断提高。2023年6月，国际可持续准则理事会（ISSB）正式发布“ISSB 准则”，并于2024年1月1日生效。ISSB 准则的一般披露要求、专项议题披露要求以及行业参考共同形成可持续披露全球统一的可持续/ESG 信息披露基准，并且这一基准处于不断发展阶段，其“全球化+本土化”框架旨在加强可持续信息的统一性、一致性和可比性，当符合 ISSB 准则要求的可持续/ESG 信息披露框架形成后，ESG 报告将会更多地呈现以治理、战略和风险管理及指标目标为基本框架的结构，进一步提升信息披露的一致性和可比性。

2024年4月12日，沪深北三家交易所正式发布 A 股指引，进一步加强可持续信息披露要求，A 股指引作为指导中国 A 股上市公司开展可持续信息披露的纲领性文件，提供了与全球接轨的可持续信息披露框架，为食品行业上市公司稳步提升可持续发展报告信息披露质量提供了权威参考依据。一方面，A 股指引的实施应用，将有助于食品行业上市公司更全面、准确、及时地公开其在经济、环境和社会三个维度上的表现，更好地回应监管机构、投资者和社会公众对环境保护、社会责任和公司治理议题的关切。另一方面，A 股指引兼顾中国市场及其参与者的独特性，有利于中国食品行业上市公司简化内部工作，与国际同行处于公平的可持续信息披露竞争环境之中，指导和推动上市公司规范发展，提升资本市场公平性与透明度。食品行业上市企业应当根据 A 股指引要求，定期披露可持续发展报告，梳理自身的可持续发展实践和绩效，及时发现存在的问题和不足，加强可持续风险和机遇的管理，提高公司的合规性和透明度，持续提升企业可持续发展能力和水平。2024年12月17日，财政部等九部委制定并发布《企业可持续披露准则—基本准则（试行）》，标志着我国统一的可持续披露准则体系建设迈出了关键的一步，是规范中国企业（注册在中国境内的企业）可持续发展信息披露的基本准则与通用性要求，对于推动我国经济、社会和环境的可持续发展意义重大。

对于食品行业企业而言，日趋严格的社会责任信息披露和监管要求带来挑战的同时也带来机遇。食品行业企业必须积极适应这一变革，关注治理结构和运营方式，提高企业的透明度和规范性，减少违规事件的发生，加强内部管理和信息披露制度建设，严格披露相关社会责任信息，提升可持续发展能力，提高投资者和社会对企业的信任水平。此外，通过与国际标准的接轨，中国企业可以更加自信地参与国际竞争，展示自身的治理水平和责任担当，提升企业社会责任形象和国际影响力。

03. 洞察前沿： 食品行业企业社会责任发展最新趋势

3.1 食品行业企业牢守食品安全生命线

“舌尖上的安全”一头连接的是广大食品行业企业和生产经营者，一边连接的是社会大众的餐桌。食品安全关系社会大众身体健康和生命安全，是民生问题中的重中之重，也始终是社会关注的焦点之一。作为食品安全第一责任人的食品行业企业，守牢食品“安全关”，做好食品安全风险预防与控制，对食品生产过程中的环境、卫生条件、生产环节等方面风险进行严格把控，建立健全相应的食品安全控制措施，持续完善食品质量管理体系建设，开展产品全链条质量管理与监督，打造质量与食品安全文化，开展质量与安全相关培训，提升员工食品安全意识，参与制修订产品质量与食品安全相关国家、行业标准，助力食品行业食品安全标准建设。

3.2 食品行业企业聚焦营养与健康饮食

随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，人们对健康食品的需求不断增加，消费者越来越注重食品的健康、营养和安全，健康饮食正在成为全球性的消费新趋势。食品行业企业持续深入开展营养研究、营养健康产品的开发与技术成果转化，推出一系列营养健康新产品，满足人们在不同生命周期、消费场景的营养需求，全面提升消费者健康水平。同时，积极开展营养健康教育，倡导科学膳食与健康生活方式，提升全民营养健康知识水平，助力国民营养素养的提升。

3.3 食品行业企业加强 ESG 管理和能力建设

对于食品行业企业而言，ESG 表现优异往往意味着具备较强的抗风险能力，能有效降低“黑天鹅”事件发生的概率，还有助于企业赢得更多利益相关方的信任和支持。同时，加强 ESG 管理，提升履责能力，是新时代高质量发展的必然要求，也是融入国际主流、接轨国际规则的客观需要。食品行业企业为更好地推进自身发展，持续完善健全 ESG 管理，通过明确的企业战略目标，持续推进 ESG 管理体系建设，构建 ESG 管理工作机制，制定 ESG 战略规划等管理方式，将 ESG 管理理念融入企业日常经营管理中，推动企业健康、可持续发展。

3.4 数智化赋能食品行业企业创新发展

生产设备是产业发展的基础，智能制造也是先进制造技术和工艺的载体，食品设备革新是影响食品产业创新发展的关键因素。随着全球食品需求的变化，中国食品行业已经进入依靠科技创新扩大内需、实现转型升级的关键时期。中国食品行业的科研投入逐渐增加，科技创新能力已成

为食品行业企业发展的第一动力。加大科技投入，加强产业关键共性技术、数字化、智能化技术及产品的创新研究，加快科研成果产业化，提高产品质量升级速度，提高产品创新能力和水平，成为促进食品行业高质量发展的重要驱动力。在此背景下，食品行业企业促进数字化转型升级，对生产设备、环节进行自动化升级改造，提高产品生产的稳定性和规范性，减少生产损耗，降低人工成本；安装数据采集和识别设备，实现对生产设备和关键控制节点的实时监测预警；完善信息系统建设，搭建质量可追溯体系；通过大数据分析、机器学习，驱动数字化诊断，客观、实时、全面地发现企业生产问题；构建一体化的智能运营平台，实现业务有效集成与优化整合，提升信息共享水平，实现标准化、精细化运营管理，助推企业的快速转型，为构建新发展格局、推动高质量发展、赋能传统产业升级和培育新业态新模式提供关键支撑。

3.5 食品行业企业聚焦“双碳”目标，加速绿色转型

食品工业是居民生活的基础和国民经济的支柱。据联合国全球契约组织发布的《企业碳中和路径图》中指出，食品产业约占全球温室气体排放总量的四分之一，食品从农场到餐桌的每一环节都在消耗能源并伴有温室气体的排放。“双碳”背景下，广泛应用绿色低碳技术，深入推进绿色低碳转型，推动产品绿色升级将成为食品行业企业实现高质量发展的新路径，也是食品行业整体发展水平提升的重要推动力。

“双碳”背景下，我国食品行业企业积极响应碳中和号召，完善碳管理机制，构建碳管理体系，制定碳排放管理目标，分阶段制定减碳措施，关注价值链上下游活动带来的环境影响，将绿色低碳理念融入产品研发、生产制造、包装设计及物流运输的每一个环节，携手价值链上的利益相关方共同探索低碳发展，助力行业绿色发展。

3.6 引领绿色包装和可持续消费潮流

选择可重复利用的材质作为产品包装材料已经成为越来越多食品行业企业的共识。采用绿色包装材料能够减少资源浪费和环境污染，降低企业包装成本和废弃物处理成本，推动企业向更加环保、可持续发展的方向发展。同时，随着环保意识的普及和消费者对环保产品的认可度提高，采用绿色包装的产品更有可能获得消费者的青睐，有助于提升企业的品牌形象和消费者好感度。更重要的是，绿色包装的推广和应用，正推动着整个产业链向着更加可持续和环境友好的方向发展，从原材料的选择到生产加工，再到包装设计和回收利用，每一个环节都在向着绿色、环保的目标迈进，为产业的可持续发展奠定坚实的基础，为全球的可持续发展和人类的美好未来贡献更大的力量。

3.7 高品质价值链赋能上下游可持续发展

食品行业价值链是一个复杂而庞大的系统，从原材料生产到最终产品消费，涉及农业生产、

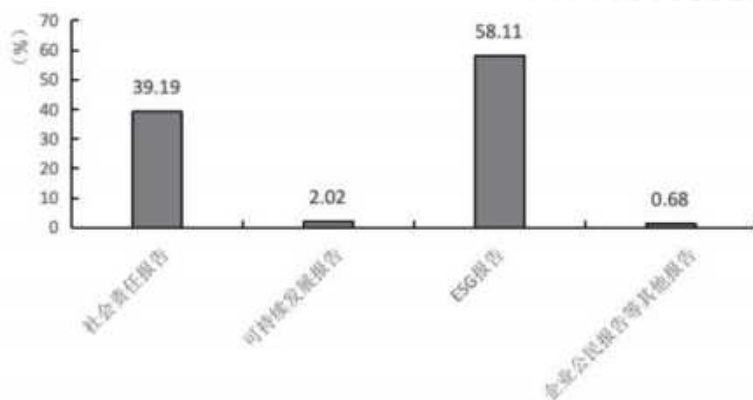
加工制造、物流配送、市场营销等多个复杂环节。食品行业企业打造高品质价值链，从全局视角审视和优化各个环节，通过提高各环节的效率和质量，实现对从原料采购、生产加工到销售配送等全过程的严格监控，确保每个环节都符合食品安全标准，有效预防和控制食品安全风险。同时，食品行业企业价值链管理注重长期效益和可持续发展，通过优化价值链各个环节，降低环境污染和资源消耗，提高产品的环保性能和企业的社会责任感，共同推动行业上下游的可持续发展。

04. 责任践行： 食品行业企业社会责任履行现状

4.1 食品行业社会责任信息披露现状

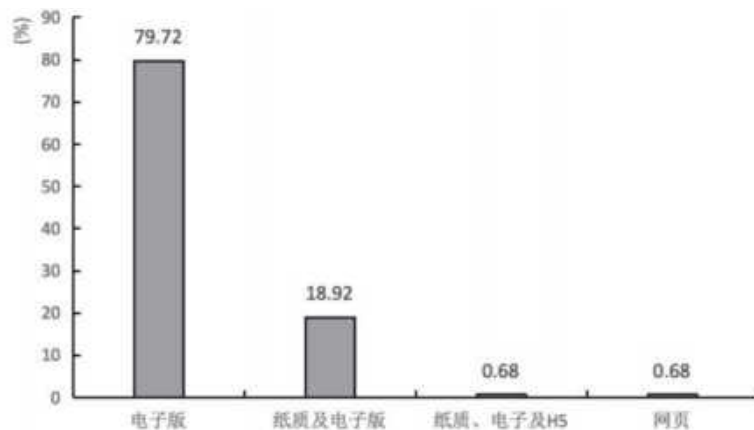
截至 2023 年底，通过企业主动寄送、企业官方网站下载、网络查询等方式，共收集到 148 份企业社会责任报告 / 可持续发展报告 / 环境、社会及管治报告（以下统称“报告”），本研究分析报告以这些报告为样本对本年度食品行业企业发布报告进行整体描述、分析和研判。

在收集到的 148 份报告中，ESG 报告有 86 份，占比为 58.11%，社会责任报告有 58 份，占比为 39.19%，可持续发展报告有 3 份，占比为 2.02%，发布企业公民报告等其他类型报告的有 1 家。



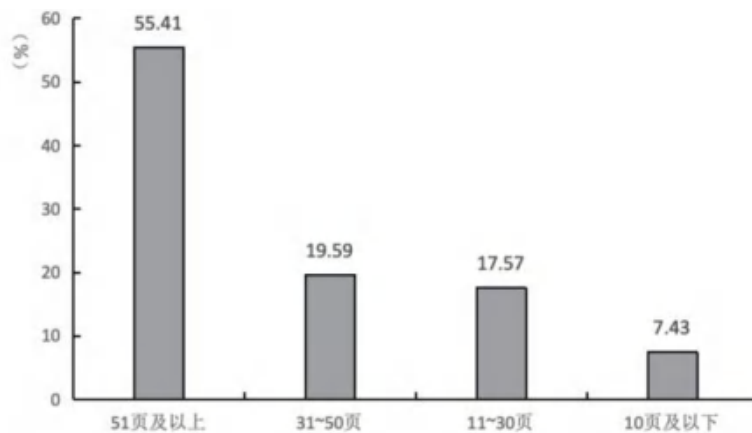
食品行业企业发布报告类型统计

从报告的发布形式上来看，以电子版为发布形式的报告占比最多，达 118 份，占比为 79.72%，其次为纸质及电子版报告，共 28 份，占比为 18.92%，纸质、电子及 H5 和网页版报告各为 1 份，占比均为 0.68%。



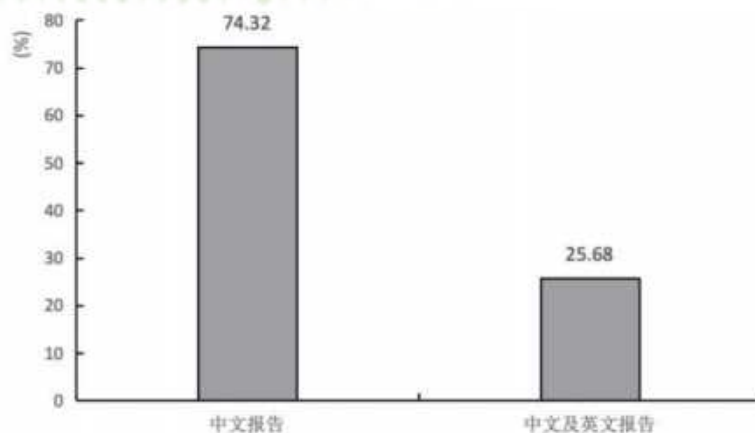
食品行业企业报告发布形式统计

从报告篇幅上看，51页及以上的报告共82份，占比为55.41%，31-50页的报告共有29份，占比为19.59%，11-30页的报告共26份，占比为17.57%，篇幅小于10页的报告共11份，占比为7.43%。



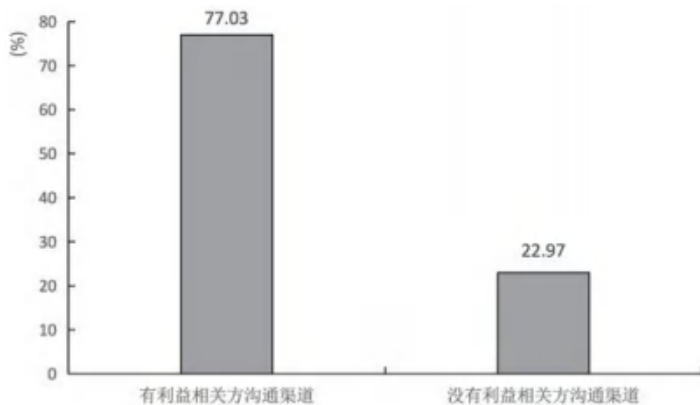
食品行业企业发布报告篇幅统计

从报告语言上看，以中文为报告语言的报告最多，达到110份，占比为74.32%，中文及英文报告共38份，占比为25.68%。



食品行业企业发布报告语言类型统计

从利益相关方沟通角度看，明确利益相关方沟通渠道的有 114 份，占比为 77.03%，未明确利益相关方沟通渠道的共 34 份，占比为 22.97%。



报告是否有利益相关方沟通渠道统计

4.2 食品行业社会责任履责现状

本年度，我国食品行业企业在履行社会责任方面取得显著进展，持续增强对食品安全的重视，不断优化完善质量管理体系和食品安全标准，确保产品的安全与健康。同时，越来越多的食品行业企业重视党建引领，关注 ESG 管理，积极发布能源、资源方面的可持续战略与规划，倡导绿色转型，通过环保技术的应用以推动可持续发展。但我们也看到，部分企业在社会责任履责实践方面也有进一步拓展和加深的空间，在社会责任信息披露上仍需加强。如何在保证企业满足市场需求的同时，保障食品的安全与健康，推进环保与可持续经营，并践行社会责任实践，是我国食品行业企业当前应承担的任务与使命。

4.2.1 把控产品质量，筑牢食品安全底线

2023 年，中国食品工业稳步增长，全国规模以上食品工业增加值比上年增长 1.2%，但在食品工业稳步增长的同时，食品安全事件时有发生。一直以来，中国政府高度重视食品安全，坚持源头治理、标本兼治，用最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责，采取多项措施来加强和改进食品安全监管工作，确保广大人民群众“舌尖上的安全”。

中国食品行业企业将食品安全和产品质量作为重中之重，制定严格的食品安全管理制度、产品质量标准和过程控制操作标准，严格把控食品从生产到流通环节的质量和安​​全，对员工进行食品安全、产品质量知识培训，持续提升食品安全意识，但部分食品行业企业食品安全管理仍需进一步提升。随着消费者对食品安全期望提升，对食品行业企业提出更高要求。如何满足消费者需求、创新与质量控制，成为行业长期挑战，食品行业企业需进一步提升食品安全意识，持续完善食品安全体系，推动行业健康发展。

案例：麦德龙 — 强化内部管控，协助伙伴推广食品质量与安全

麦德龙商业集团有限公司（简称：麦德龙）通过建立质量和食品安全管理体系、制定质量目标和方针、建立食品安全文化、配备专业质量团队等一系列措施，进行全流程全链路的质量安全管控，不断提升质量与食品安全水平，为消费者持续提供放心、安全、健康的产品。

麦德龙对于供应商及产品有着严格的质量管控，根据供应商类型、供应商经营范围以及各类风险监测预警等要素，开展阶梯式风险管理，并采取完善的索证索票、供应商现场审核、日常检测检核、质量纠偏及预防等措施。自 2007 年起至今，麦德龙始终如一地坚持每家营业门店均通过 HACCP 认证，并且麦德龙的所有商场总经理、生鲜副总、质量经理均通过培训考核，获得 HACCP 内审员资质。



作为零售大型买方，麦德龙与遍布全国各地的制造商、种植园、养殖场、物流提供方合作，通过自有品牌合作的相关要求，推动 GFSI 认可的标准在行业内的使用。麦德龙自有品牌工厂 100% 通过 MAS 质量管理体系要求或 GFSI 认证；食品类自有品牌工厂 GFSI 获证率相比 2018 年增加了 44%。作为零售行业代表，麦德龙深度参与 CGF、CCFA、国家标准化委员会等组织机构的活动，积极参与国家及行业标准的制定，进行企业最佳实践的分享，通过自身影响力，有效推动利益相关方在食品质量与安全上的长效进步。

4.2.2 加强党建引领，助力可持续发展

食品行业企业强化党建引领，将其与企业经营管理结合，通过加强党员队伍建设提升员工政治觉悟和工作热情，增强企业凝聚力。部分食品行业企业积极探索党建与生产经营融合的新模式，推动企业在履行社会责任、保障食品安全、促进绿色发展等方面取得成效。

案例：蒙牛 — 坚固“红色堡垒”，焕发“红色引擎”不歇动力

作为“国家队”的中国蒙牛乳业有限公司（简称：蒙牛），坚持党的领导、加强党的建设，将党建与生产经营互融互促、与企业发展互促双强，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献了强劲的牛人力量。蒙牛集团党委紧跟时势、结合实际，突出把方向、强三基、抓协调、促发展、保稳定的重点工作，推广强引领、标准化、项目制、反腐败、树典型等工作方法，将企业党建的高效开展转化为集团高质量发展的最强动力。

蒙牛集团党委坚持创新教育形式，开展专题学习、专题培训、专题实践活动，发挥“乳香伴着党旗飘”的党建品牌特色，开展“班前会讲党史”“红色记忆打卡”“两进一帮扶”“结对共建迎发展”等专题项目，将讲党史、学党史延伸到生产车间、牧场、田间地头、销售一线，实现“将党建建在产业链上”，以党建串联起中国乳业产业链上下游各环节，聚精神、齐民心、合众力，夯实党史学习基础。

蒙牛推进党建工作与业务工作深度融合，开展“我为群众办实事”实践活动，包括助力企业战略落地、乡村振兴我先行专项行动、服务民生谋福祉专项行动以及员工关爱专项行动，在党史学习中强化奋进作为，更好履行乳企责任担当。蒙牛将各级党组织建设到生产第一线，将党的组织优势运用到生产经营的关键节点，开展“献礼百年，聚力攻坚克难”党建项目、“党旗在基层一线高高飘扬”活动、“我为群众办实事”实践活动、“我为‘十四五’开局作贡献”等系列党建品牌特色项目，着力推动事关蒙牛战略发展的重大事项，实现党建“红色动力”向生产战斗力的动能转化，打造企业发展的内生动力，为实现国家奶业振兴贡献更大的力量。

4.2.3 重视 ESG 管理，持续提升治理水平

随着 ESG 理念在全球范围内日益深入，各国致力于加强规范 ESG 信息披露标准，提升企业 ESG 治理水平，注重 ESG 实践的实质性和价值贡献引导性，以更好地推动可持续发展。在此背景下，中国食品行业企业不断健全 ESG 工作机制，建立运行顺畅的 ESG 管理组织体系，健全制度保障，增强企业责任行为的约束性和规范性并积极进行 ESG 信息披露。中国食品行业企业在 ESG 管理方面取得了一定进展，但仍存在一些问题和挑战，如企业内部对 ESG 理念认知度参差不齐，食品行业整体 ESG 管理水平仍有进步空间，部分食品行业企业对 ESG 缺乏足够的重视程度，食品行业企业整体 ESG/CSR 信息披露有待进一步加强等。

案例：水井坊 — 以高效的 ESG 管理敬未来

2021 年以来，四川水井坊股份有限公司（简称：水井坊）持续以“水井坊·敬未来”为 ESG 战略核心，全面部署实施 ESG 战略，携手多元利益相关方，奋力书写共享价值的新篇章。水井坊 ESG 战略以公司价值观为精神驱动、完善高效的 ESG 治理体系为组织保障，致力于通过高品质的产品和服务，协同价值链的每一位同行者，实现持续健康的发展；发挥所长、竭尽所能，助力建设更普惠包容的社会；坚持绿色发展，发挥价值链影响力，带动更多人共绘更锦绣的山河。

在环境方面，水井坊建立了以首席执行官为组长的环境保护责任架构，由首席生产运营官分管 EHS 管理部，负责环境保护相关工作。水井坊积极推动绿色转型，将节能减排和水资源管理作为重要任务，制定碳减排目标，并承诺在 2025 年上半年完成科学碳目标 SBTi 的制定。同时，进行用电管理和能耗运行管理，并扩大可再生能源的使用。水井坊通过优化能源结构、购买可再生能源证书以及实施节能管理制度来提升能源使用效率。2023 年，水井坊通过购买绿色证书的方式减少排放 3988.66 吨二氧化碳当量。同时，水井坊采用水循环系统和节水技术，确保高效利用水资源，避免浪费。



水井坊邛崃基地沼气发电项目



水井坊邛崃工厂车间 LEED 建筑

在社会方面，水井坊注重回馈社会，通过利用企业的核心资源与能力，充分发挥平台与价值链优势，聚焦于乡村振兴、社区融合、体育健康和行业赋能等多元公益领域，积极响应核心社会需求，推动社会价值共创。2023 年，水井坊在公司层面开展 6 类公益项目，涵盖社区友邻计划、乡村振兴、社会责任研究、地震救灾、非遗保护传承、体育公益等领域，公益捐赠人民币 500 余万元，近年来累计公益捐赠近 4000 万元人民币。2023 年起，设立“水井坊公益日”，成立水井坊志愿者团队，进一步深化企业的社会责任文化。

在公司治理方面，水井坊组建了以首席执行官任主席、各部门高层管理者组成的 ESG 管理委员会，作为公司 ESG 治理架构的中枢，主导 ESG 整体战略与目标的制定，确保将 ESG 纳入公司重大决策和日常管理事项中。自 2023 年发布“水井坊 2035 可持续发展目标”以来，ESG 管理委员会进一步加强对各业务部门 ESG 工作进展的统筹管理，制定了季度会议机制，由管委会秘书处负责召集相关业务部门对目标落实的阶段性成果进行汇报，并在会议中就关键问题进行讨论和决策，确保目标的有序推进。



“水井坊·敬未来” ESG 战略

4.2.4 推进消费者教育，普及营养与健康

中国食品行业企业以提升消费者健康意识、推动社会健康发展为目标，在推进消费者教育、普及营养与健康方面积极作为，开展多层次、多形式的科普活动，通过产品信息透明化、营养标签推广、营养知识宣传以及线上线下的健康讲座，帮助消费者理解健康饮食的关键要素。同时，部分食品行业企业还与专业机构合作，共同推广合理膳食、适量运动等健康理念，引导消费者选择更健康的生活方式，满足人们对美好生活的需求。

案例:

李锦记 — 践行百年品牌责任担当，提升消费者对调味品的科学认知

李锦记多年来积极探索、履行食品企业的职责和担当，通过科普活动、厨艺活动、行业会议、媒体合作、食品科普视频制作、政协提案等多种方式，加强与消费者、食品企业、行业协会、政府机构等的科普宣传与学术交流工作。2023年至2024年1月，李锦记食品科普活动共计28场，其中线下活动22场，辐射北京、上海、广州、成都、江门、香港等城市，线上活动6场。通过线上和线下的活动形式，李锦记的食品科普已经覆盖了超过300万人次及曝光。

李锦记新会生产基地是国家认定的“全国科普教育基地”和“国家食品营养教育示范基地”。公司成立专门负责科普教育的团队，设立专门科普基金，设计一系列的科普教育活动，按计划开展科普活动。基地建有博物馆展厅、生产车间参观走廊、透明实验室等基础设施，展示蚝油的发明、航天产品、原料管理、健康饮食营养指标、李锦记社会责任、绿色节能环保、智能制造、高速生产线等，利用高质量原创科普图文、视频、书籍、课程等科普资源，全年面向社会公众开放参观场地，接纳政府机关、教育机构、各大院校、社会团体、个人、同行协会等各界人士的主题科普活动、现场参观考察、调研互动交流，每年可开展近1000场次，30万人次的综合科普活动。

2023年，李锦记携手合作伙伴通过网络直播间为消费者科普蚝油背后的科学故事，提升消费者对加工食品的信心。同时，李锦记深入上海各社区，开展厨艺教学、科普讲座等活动，邀请食品专家，以面对面的形式向居民科普食品安全、食品健康等知识，让社区居民了解、适应食品结构变化，增强社区居民食品知识，让居民吃得更好、更健康，营造人人关注、参与食品安全的良好氛围。此外，李锦记还走进校园，科普避免食物浪费的意义，让学生深刻理解食物的价值和尊重食物的重要性，引导学生形成健康、节约、环保的饮食习惯和生活方式。



李锦记新会生产基地开展科普研学之旅

案例：百事公司 — 从乡村到城市的全面营养教育专项行动

进入中国 40 多年来，百事公司始终关注中国消费者的营养健康问题，特别是老龄化人口带来的营养健康需求。百事公司自 2015 年起支持中国乡村发展基金会，联合中国营养学会共同发起“百事营养行动”，一方面为贫困学生提供包括鸡蛋、牛奶和百事公司旗下富含膳食纤维的桂格燕麦的营养加餐，另一方面提供营养健康教育课程，帮助提高中国西部贫困农村地区学生营养水平和健康意识。百事公司 2020—2023 年支持中国健康促进基金、中国营养学会共同开展“百事全面营养与均衡膳食公众教育项目”“百事营养膳食健康中国教育项目”，向中国居民传播和倡导全谷物营养及健康膳食。百事公司还积极参与和支持包括“上海健康公益风尚节”“合理膳食，营养惠万家”等营养膳食科普教育活动。



“百事同乐·营养行动”乡村营养关爱之旅捐赠仪式

截至 2023 年底，“百事营养行动”项目为云南、贵州地区 4 万多名学生提供营养加餐近 390 万份，累计捐赠超 1500 万元；“百事全面营养与均衡膳食公众教育项目”“百事营养膳食健康中国教育项目”累计向超 1400 万公众普及合理膳食健康知识。

4.2.5 深化价值链管理，提高核心竞争力

中国食品行业企业深化价值链管理，通过优化供应链流程、提升生产标准以及加强上下游合作等方式提升核心竞争力。部分食品行业企业通过数字化技术实现对原材料采购、生产加工和物流配送的全程监控，以提高效率和品质，推动行业升级。然而，目前仍存在价值链各环节协同不畅、供应链数字化水平不均衡等问题，这些问题导致供应链稳定性不够，难以完全满足日益增长的市场需求和消费者对食品安全、品质的高标准要求。

案例：中粮糖业 — “五位一体” 助推农业产业价值链转型升级

中粮糖业控股股份有限公司（简称：中粮糖业）充分发挥农业产业化龙头企业的带头作用，深入推进“种植规划+种子研发+田间管理+农机服务+数智农业”的“五位一体”现代农业管理体系，推广智慧农业，助力产业发展，将便捷、科学的农业服务推广至千家万户，稳步推进农业现代化转型发展。

中粮糖业找地、找人、找钱，做好种植规划，发展订单农业，保证原料稳定供应。在种植期，当好“宣传员”，为农户宣传农业政策、推广种植技术，落实原料面积；在收获期，当好“战斗员”，推进原料、生产的“协同”，抢抓采收窗口期、调度车辆、降低损耗；在日常时间，当好“农技员”，为农户春耕种植、田间管理、技术培训、抗灾救灾等提供“保姆式”全程服务。种子研发，打造自己的农业“芯片”。根据产业特点，中粮糖业在番茄、甜菜、甘蔗产业分别建立了种子培育、种子代理、种子扩繁等不同类型的种子繁育业务，搭建专职研发队伍，建立5个繁育基地。田间管理，打造地头“第一车间”：中粮糖业把工业领域的理念、模式引入农业端，把种植的主要环节模块化、标准化，努力做到可管理、可复制、可追溯，使田间地头成为名副其实的“第一车间”；农机服务，使传统农业有了“钢铁侠”：从2007年开始，中粮糖业先后从国外首次引入16种国际先进大型



机械化耕作

农机，克服大型农机购买成本高、维修难，农民不会用、不愿用等困难，坚持不懈地推进农业机械化；数智农业，打通地头“第一车间”和工厂“第二车间”：中粮糖业以客户需求为农业端的起点，初步建立了数智农业管理系统，以需定种，以产定收，实现田间地头“第一车间”和工厂“第二车间”的无缝对接，千家万户“小农户”和千变万化大市场的有效对接。

截至2023年底，“五位一体”现代农业管理体系已积累487万条种植管理数据，甘蔗糖订单农业种植面积81.05万亩，“甜菜种植管理平台”涉及农事活动节点15个。中粮糖业已在全国建立了1186个各类农业合作社，带动10.2万户农民就业，为加快现代农业转型打下坚实基础。

4.2.6 加强资源保护，实现绿色生产转型

我国食品行业企业重视资源合理利用与保护，采用环保技术和工艺，减少浪费和污染。政府加大政策支持力度，支持食品企业推行清洁生产，降低生产过程中的资源消耗和污染排放，同时制定相关政策和标准，引导企业提高绿色生产的积极性，推动食品企业在生产、包装和供应链等环节追求可持续性。

案例：华润啤酒 — 加强绿色能源利用

华润啤酒（控股）有限公司（简称：华润啤酒）稳步推进光伏发电储能项目，积极提升光伏发电量和使用电量。自 2019 年华润啤酒在浙江萧山工厂开展第一个厂区光伏发电项目试点以来，积极推进新建工厂或在生产工厂实施光伏发电项目，与华润电力控股有限公司签订框架协议，推动首批 24 家工厂开展光伏项目合作。2023 年，萧山、南京、蚌埠工厂已经投入使用，济南工厂已完成光伏合同签订并处于建设中。项目完成后，预计年发电量 8653 万千瓦时，每年减少碳排放 7.28 万吨。

此外，华润啤酒继续推进绿电采购，因地制宜使用可再生能源，有序推进风电、水电、太阳能发电、核电等绿电中长期战略采购，依据各地上网电价变动情况及时调整采购比例。2023 年，华润啤酒统筹推动旗下 21 家工厂采购绿电，部分工厂已实现 100% 绿电。

4.2.7 推广绿色包装，引领绿色消费风尚

近年来，中国食品行业企业绿色包装意识逐渐增强，注重环保化包装以减少塑料的使用，致力于从减量化、绿色化两个方向进行包装材料的绿色管理，采用可降解、循环利用材料，推出简约、环保设计，降低成本，提高资源利用率。同时，食品行业企业大力响应政府部门绿色包装鼓励政策，支持绿色包装发展，营造良好环境，推动绿色包装市场快速发展。

案例：益海嘉里金龙鱼——聚焦可持续包装转型

益海嘉里金龙鱼食品集团股份有限公司（简称：益海嘉里金龙鱼）遵循减量（REDUCE）、重复利用（REUSE）、循环再生（RECYCLE）的“3R”原则，积极开展可持续包装项目，努力减少包装材料对环境带来的影响，并提出“可持续包装 2025 计划”，即以 2020 年的产品和销量为基础，力求在 2025 年末减少使用包材 15000 吨，包材可回收比例力争每年超过 90%。

益海嘉里金龙鱼实施全品类包装结构优化，塑料包装通过配方优化和材料替代，减少包装中的塑料用量。2023 年，益海嘉里金龙鱼旗下所有能适用软提手的大米产品包装均已切换成功，5kg 外袋提手减塑 21%，10kg 外袋提手减塑 16%，累计减少了约 1099 吨塑料消耗。部分因特殊属性还需保留硬质提手的产品也通过重新优化包装设计，成功减塑 33%。同时，益海嘉里金龙鱼还通过纸箱结构优化、玻璃瓶轻量化设计等，分别实现原纸减量 327 吨，玻璃瓶减重 119 吨，有效减少能源和原料消耗。

益海嘉里金龙鱼携手合作伙伴严格遵循质量检测、清洁消毒等规范操作，推广饲料产品吨袋包装循环使用。一般使用循环次数不低于 10 次，该举措可减少 90% 吨袋塑料消耗。对于瓶盖注塑等以传统纸箱包装为主的产品，联合供应链合作伙伴采用可折叠循环箱笼替代一次性纸箱包装，每年减少纸箱用量约 800 多万个，减少纸材料消耗 6400 多吨。

益海嘉里金龙鱼还通过开展可持续包装设计，在非食品接触类包装中推广使用再生塑料，以减少原生塑料消耗。比如在饲料原料包装材料中添加一定比例的再生塑料，使塑料在其生命周期内循环再生利用。据测算，仅调整这一饲料原料包装的配方，能年均推动约 1.5 万吨塑料循环再生，在产业链上游年均减少约 3.6 万吨标准煤消耗。截至 2023 年底，益海嘉里金龙鱼已进行包装减量项目 58 个，累计减少包材 11447 吨，完成可持续包装 2025 计划的 76.31%，包材可回收比例达到 95.51%。



大米包装升级为软提手

雀巢 — 推进可持续包装，打造无废未来

在食品“从田间到餐桌”的全价值链中，包装能够有效抵御生物、化学和物理等外部因素对食品的伤害，在保障产品质量中起着重要的作用。但包装材料如果处置不当，其产生的废弃物将对土壤、水资源以及生物多样性等产生负面影响。因此，雀巢将包装作为可持续发展的重要议题之一，设定原生塑料减量和可回收再生设计目标，并通过有效的管理体系积极推动项目的落实，致力于打造无废未来。

雀巢以“确保我们的包装，包括塑料包装，不会被填埋或丢弃在环境中”为愿景，设定“到2025年，95%以上产品塑料包装实现可回收再生设计，减少三分之一原生塑料使用”的短期目标。为此，雀巢从减少包材使用、可重复使用与可重复填充包装模式、可回收再生设计、回收体系、各方行为改善五大方向开展相关行动。秉持“包装必须适应各地区的基础设施与环境条件”的理念，雀巢在大中华大区设置专门的可持续发展委员会和工作组，推动包装在内的可持续发展目标的落实。同时，雀巢建立季度目标回顾制度，定期评估目标进展，配合日常的周例会与月例会，预判达成目标过程中的潜在风险，及时反馈并预警，并提出解决方案供管理层决策。为强化包装管理，雀巢还制定了明确的雀巢包装黄金设计原则、包装环保负面清单等指导性文件，用于规范和管理包装材料的可回收再生设计。

自1991年以来，雀巢循序渐进地降低包装的重量，通过包装轻量化、在包装中增加回收材料的使用、消除不必要的包装等措施持续减少包装使用量。从2022年到2023年，雀巢集团的包装重量从约360万吨减少至约340万吨。截至2023年底，雀巢已减少14.9%原生塑料使用，并实现83.5%产品包装为可回收再生设计。在大中华大区，雀巢积极推进无塑奶罐、再生PET糖桶、分糖器和PET轻量瓶等亮点可持续包装案例。此外雀巢积极参与可持续包装领域的对外合作，与中国饮料协会、中国食品接触材料可持续发展联合工作组、中国发展研究基金会开展课题研究，推动前沿技术与政策创新。并参与消费品论坛塑料废弃物行动联盟等行业行动倡议，撬动更多的人推动可持续包装。同时，雀巢也积极参与包装标准制定，推动中国绿色包装规范发展。雀巢参与国家标准GB/T 37423-2019《绿色包装评价方法与准则》制订，并在2023年3月获得中国标准创新贡献奖·二等奖。在落实包装目标的过程中，雀巢通过自身实践，在相关项目实施中带动超过100家供应商开展包装转型。

4.2.8 注重文化遗产，培育特色食品产业

中国食品行业企业积极投身传统文化研究，推出地域特色新产品，为消费者注入新活力。同时，中国食品行业企业在满足消费者多样化、个性化需求的同时，与消费者进行相应的文化交流，以产品的时尚化、健康化、多元化传承和弘扬中华饮食文化。

苏州稻香村 — 传承弘扬非遗文化，向世界讲述中式糕点故事

苏州稻香村，始创于 1773 年，是“稻香村”品牌字号创立者、中国驰名商标糕点类“稻香村”商标持有人，更是中国糕点行业持续经营历史最为悠久的历史企业之一，见证和参与了中式糕点两个半世纪的历史发展。

2009 年，“稻香村苏式月饼制作技艺”被列入江苏省级非遗。为了让这份技艺与文化瑰宝更好地传承，苏州稻香村成立非遗传承中心，用现代化工艺最大程度恢复和改进传统技艺，恢复数十种苏式传统特色糕点。苏州稻香村推动非遗技艺在传承中持续创新，向低糖低脂的健康糕点转型升级，并针对不同地域特色产业研发特色风味食品，例如在苏州推出碧螺春茶酥，在菏泽推出牡丹鲜花饼，分别入选《长三角名优食品》和《中国特色风味食品标志性产品名录》。同时，苏州稻香村积极推广中式糕点文化，一方面将上百款中式糕点出口至 50 多个国家和地区，以月饼、粽子和年货为媒介，向海外消费者讲述中国传统文化故事。另一方面，积极组织海外大 V 探寻非遗文化活动、走进世博会和进博会，亮相海外国际展会、推出海外联名款等，不断推动以中国美食为代表的中华优秀传统文化在海外传播。



苏州稻香村第五代传承人收徒仪式

4.2.9 践行公益理念，推动社会和谐发展

中国食品行业企业在自我发展的同时不忘践行社会责任，通过公益活动、捐赠、支持教育等方式回馈社会，积极参与社会公益活动，助力行业发展，帮助改善贫困地区生活，推动社会和谐。

案例：大北农 — 科技奖助推行业进步

北京大北农科技集团有限公司（简称：大北农）于1999年设立“大北农科技奖”，旨在无偿奖励农业应用研究领域做出突出贡献的科技工作者，带动农业科技人才的成长和发展。大北农科技奖侧重考察项目的创新性、战略性、前瞻性、可产业化潜力，是目前全国唯一有国家科技奖励直接提名资格的民营企业办奖奖项，已成为我国重要的社会力量设奖之一。

大北农科技奖每两年一届，23年间共颁发12届，共邀请96位院士、600多位行业权威专家、180多家单位推荐优秀成果，申报项目3147项，共有474项成果、3000多位科学家获奖，奖励总金额达5039万元，近60项成果获大北农科技奖后获国家奖，体现了大北农科技奖的前瞻性、科学性、学术性以及社会效应。经过23年的不断发展，大北农科技奖已成为国家科技奖的重要补充和科技成果推荐展示平台。该奖项自设立以来，奖励了一大批农业领域的重大科技成果，为保障我国新形势下的粮食安全和生态安全，促进现代农业和绿色农业的发展作出了应有的贡献，也鼓励一大批农业技术人员进入科学前沿，攀登科学高峰。大北农还举办多场学术论坛，加强农业科技领域的国际合作与交流，搭建全球农业科技创新成果展示平台，通过与嘉宾深入交流、集思广益，共同探索为农业科技创新发展赋能的新途径，促进科技与应用创新的良性互动。



第十二届大北农科技奖颁奖典礼

未来，大北农科技奖将继续以“推动农业科技创新，推进现代农业强国建设”为己任，秉承老一代科学家的建言，巩固大北农科教兴农的荣耀与梦想，坚持以公益为本，打造中国特色、诚信、权威的奖项品牌。

联合利华饮食策划——深化校企合作，助力餐饮业高素质技术人才培养

中国餐饮文化博大精深，但现代餐饮教育存在系统性不足的问题。在市场快速变化、行业不断升级的背景下，以实践为主的烹饪教育需与整个行业发展接轨。于是，校企合作、产教融合成大势所趋。联合利华饮食策划作为联合利华集团旗下重要品牌，拥有近百年调味品经验，专注于服务餐饮行业，具备国际化视野，能够将国际赛事标准、中餐如何国际化的理论及时同步，以支持餐饮教育业的发展。

校企合作不仅是一份行业担当，更是一份社会责任。对联合利华饮食策划而言，校企合作不仅是企业与学校资源共享、互利共赢的重要举措，也是与学校共同培养餐饮行业优秀人才、推动餐饮行业可持续发展的有力保障。联合利华重视与学校的共育，更重视学校的人才培养。联合利华饮食策划秉持“释放你的热情，成就非凡味来”的品牌使命，充分发挥自身强大的厨师基因，为各合作院校进行专业赋能——开设课外辅导、趋势分享、大师讲堂、产品使用培训等特色课程，为中餐行业培养和储备更高技能、更全面发展的优秀人才。

2023年12月17日，联合利华饮食策划校企合作联席会议在上海举行，期间见证2024年新厨星联盟抖音平台的正式启动，这是联合利华饮食策划为了调动学生积极性、帮助共育的学生在课堂之外依旧可以拥有学习机会所成立的平台。此外，联合利华饮食策划还举办了2024年校企合作



2023 联合利华饮食策划校企合作联席会议

签约仪式，彰显了与学校共同为未来教育事业和行业持续发展做出努力的重要承诺。

在开展校企合作的二十五年间，联合利华饮食策划与扬州大学旅游烹饪学院、四川旅游学院、北京劲松职业高中等十一所院校合作，涉及烹饪专业师生近万名。未来，联合利华饮食策划将一如既往地坚持校企共育的理念，与学校紧密合作，共同探索和创新，为餐饮行业的发展作出更大的贡献。

05. 赓续发展： 食品行业企业社会责任提升建议

5.1 强化食品质量与安全管理

食品行业企业应加强食品安全，注重食品质量提升，在生产流程中全面引入“从农田到餐桌”全程可追溯系统，确保每个环节的食品质量与安全。借助区块链、物联网等技术，食品行业企业可建立一套覆盖从原材料采购、加工生产、仓储运输到终端销售的数字化追溯平台，使每一个批次的食品信息都可查询可控。在操作层面，企业可以进一步引入大数据和人工智能技术，通过分析供应链和生产数据来预测潜在的质量风险。例如，利用异常检测算法筛查高风险批次和供应商，将检测频次和强度集中在风险较高的环节；还可通过机器学习实时监控产品质量的细微波动，提前发现和解决问题。

同时，食品行业企业还应加强对供应链上下游伙伴的培训与资质审查，确保供应商和承包商也遵循同样的安全质量标准。每季度对供应链进行审核与风险评估，及时发现和整改可能的隐患，从源头到终端全面保障食品安全质量。

5.2 加强社会责任管理和社会责任信息披露

中国食品行业企业应切实提升社会责任管理能力，以系统化的方式推动社会责任的履行与发展。中国食品行业企业可通过优化社会责任管理制度，将社会责任目标、实施措施及考核标准纳入企业的整体管理框架中，实现日常运营与社会责任的有机结合。对管理层和员工进行定期培训，提升全员对社会责任的理解和执行能力，确保社会责任意识融入企业文化。企业还可定期开展社会责任评价，通过内部和外部审查评估社会责任项目的成效，明确改进方向，以数据为依据推动持续优化。在此之上，食品行业企业应重视社会责任管理发展的阶段性进展，积极推进 ESG 管理体系建设，将 ESG 目标设为企业长期发展规划的一部分，以应对不断变化的市场需求和监管环境，树立可持续发展的标杆形象。

中国食品行业企业在加强社会责任管理的同时，也应加大社会责任信息的披露力度，以更透明、更系统的方式向公众展示其在可持续发展和社会责任方面的具体行动。尽管部分企业已发布社会责任报告，但整体报告发布率相较于行业规模仍有明显不足。食品行业企业应建立社会责任报告常态化发布机制，定期发布社会责任报告，持续提升行业的社会责任信息披露程度。同时，为了让外界更加了解食品行业企业在不同领域的具体实践，企业还可以针对不同的社会责任议题发布专项报告，如生物多样性保护专项报告、气候相关信息披露专项报告、绿色包装价值报告等，这些专业性报告可以详尽披露企业在生态保护、资源管理和降低气候影响等方面的具体措施和成果。此外，企业可以在官网、微信公众号、微博、年度新闻发布会等多渠道广泛披露社会责任信息，

扩大信息的覆盖面和受众影响力，促进企业与公众、客户及监管机构之间的透明互动，进一步树立企业在履行社会责任上的可信度与行业形象。

5.3 创新绿色技术，打造循环经济

中国食品行业企业应加大绿色技术创新力度，推动循环经济模式的实施，进一步提升资源利用效率和减少环境影响。企业可以通过引入更高效的节能减排技术，如智能化能源管理系统和绿色生产工艺，进一步降低生产过程中的资源消耗和污染排放。同时，企业应致力于包装材料的可持续化替代，采用可回收或生物降解材料，减少塑料和一次性包装的使用。并加大对消费者绿色消费意识的引导，通过宣传环保包装的优势和环保理念，提升消费者对绿色包装的认同感和购买意愿。

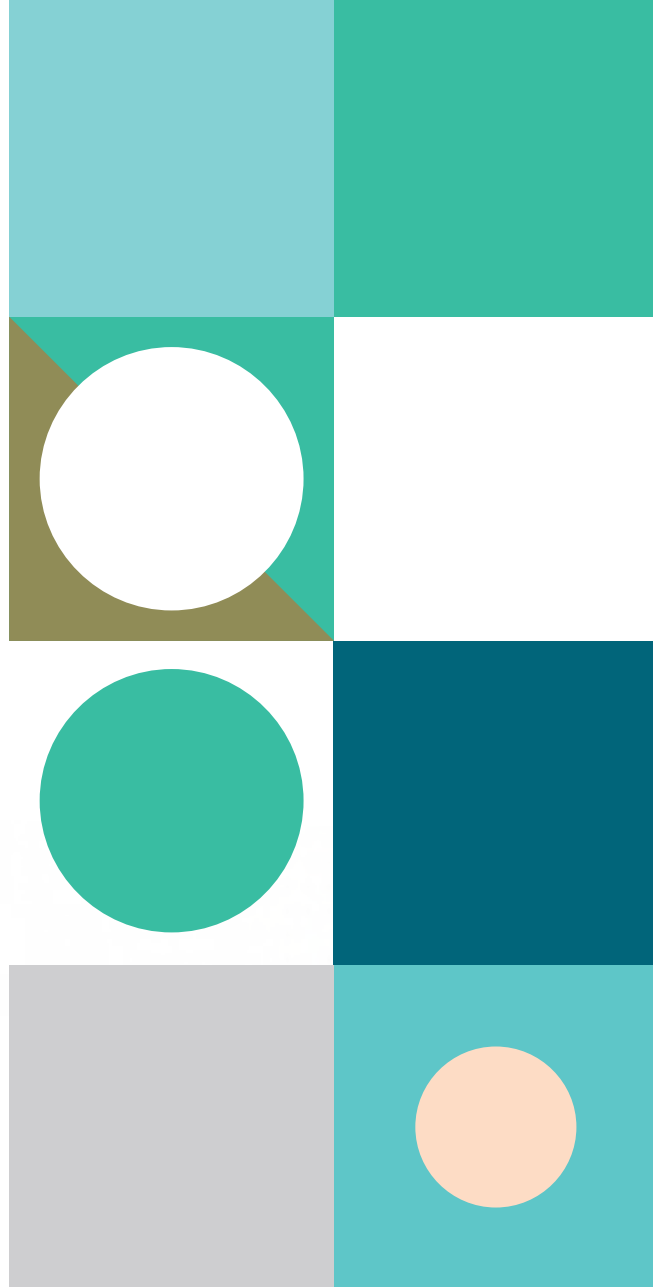
企业还应推动废弃物的循环利用，推动工业废水、废气、废渣等资源的再利用，形成闭环生产模式。通过建立绿色供应链，联合上游原材料供应商和下游分销商，推动资源共享和绿色采购，从而在全产业链层面实现绿色转型，为推动食品行业可持续发展做出更大贡献。

5.4 强化饮食文化创新与品牌故事打造

中国食品行业企业应更加注重饮食文化创新与品牌故事的打造，在传承传统文化的同时，通过现代化手段提升特色食品产业的附加值和市场竞争能力。中国食品行业企业可以通过挖掘和创新传统食材和加工工艺，将地域特色与现代消费者需求相结合，推出更具创新性和时尚感的产品，满足消费者对传统文化与健康饮食的双重需求。同时，企业应加大对传统食文化的研究和传承力度，建立相关的文化传播平台，通过举办文化交流活动、联合地方政府和文化机构等方式，加强与消费者的文化互动，提升品牌的文化价值与影响力。企业应利用自身资源和平台，积极推动文化创意与现代食品产业的融合，提升传统食品在全球化市场中的竞争力和影响力，推动特色食品传统食品产业的高质量发展。

5.5 开展特色公益活动，构建多层次社会价值网络

食品行业供应链较长，涵盖了从原材料种植到消费者餐桌，其广泛的辐射范围和强大的带动力不仅紧密联结了农业、农村与广大消费者，还成为推动我国公益事业、促进社会公平正义及构建和谐社会的重要力量。中国食品行业企业可以凭借其在行业内的专业积累与企业优势，积极投身于营养健康知识的普及教育，提升公众健康素养。通过产业链上下游的协同合作，稳定就业市场，激发消费活力。创造性地拓展公益路径，将企业社会责任和公益理念转化为可持续的社会价值，为构建和谐社会贡献更大力量。



**2023-2024
中国食品行业企业
社会责任研究报告**