

2025

环境、社会和公司治理 (ESG) 报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE (ESG) REPORT

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司

JonjeE
中炬高新



公司官网：www.jonjee.com

联系电话：0760-85596818-2033

联系地址：广东省中山市火炬开发区厨邦路1号广东美味鲜调味食品有限公司

目录

关于本报告	01
董事长致辞	03
走进公司	05
企业概述	05
发展战略	06
业务布局	07
企业文化	08
2025 年企业荣誉	09
2025 年亮点绩效	11

可持续发展治理 01

可持续发展治理架构	15
可持续发展培训	16
可持续发展战略	17
可持续发展目标	19
利益相关方沟通	21
重要性议题管理	23

创鲜提质 严守食安 02

创新驱动	29
食品安全与服务质量	43
负责任供应链	60
数据安全与客户隐私保护	66

绿酿减排 护佑生态 03

应对气候变化	71
环境合规管理	76
资源利用	82
生态系统与生物多样性保护	88

责任立邦 温暖万家 04

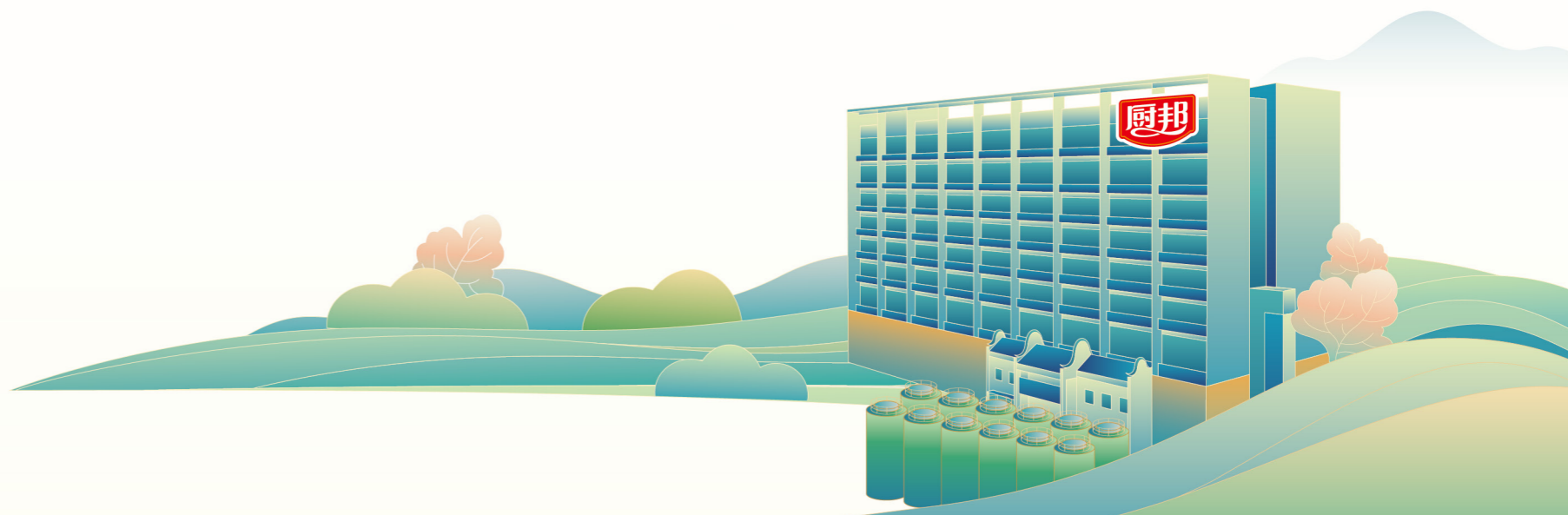
员工权益保障	91
职业健康与安全	101
社会公益	107

合规经营 行稳致远 05

公司治理	111
董高薪酬管理	114
合规经营与风险管理	115
投资者关系管理与股东权益	117
商业道德	118

附录

关键绩效表	121
指标索引	133
意见反馈表	137



关于本报告

本报告是中炬高新技术实业（集团）股份有限公司发布的环境、社会和公司治理（ESG）报告（以下简称“ESG 报告”）。本报告依据客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了公司 2025 年度在环境、社会和公司治理的实践及绩效。

报告范围

本报告以“中炬高新”为主体，包括下属子公司，除特别说明外，本报告范围与本公司年报范围保持一致。

时间范围

本报告的时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（简称“报告期”）。为增强报告的可比性和完整性，部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性描述。

影响的时间范围

影响时间范围的短期、中期、长期分别定义为 1 年以内、1 ~ 5 年、5 年以上。

影响的价值链环节

本报告当中提及的价值链环节定义如下：

上游：物资 / 产品从供应商向公司转移的过程；

运营：将投入物转化为产品或服务、产品储存、产品向客户转移的过程；

下游：产品营销、销售，提供售后服务的过程。

编制依据

- 上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》
- 上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》（2026 年 1 月修订）
- 全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准（GRI Standards）》
- ISSB 发布的《国际财务报告可持续披露准则第 1 号——可持续相关财务信息披露一般要求》(IFRSS1) 及

《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》(IFRSS2) 联合国可持续发展目标 (SDGs)

- 可持续发展会计准则委员会 SASB 准则
- 中国企业改革与发展研究会《中国企业可持续发展报告指南（CASS—ESG 6.0）》

数据说明

本报告引用的全部信息数据均来自中炬高新正式文件、统计报告及财务报告，以及经由公司统计、汇总与审核的各职能部门、各经营单位的可持续发展实践信息。

公司承诺本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。同时，本报告涉及的货币种类及金额，如无特殊说明，均以人民币为计量单位。

释义说明

释义项	释义内容
公司、中炬高新	中炬高新技术实业（集团）股份有限公司
美味鲜公司	广东美味鲜调味食品有限公司
阳西美味鲜	阳西美味鲜食品有限公司
厨邦食品	广东厨邦食品有限公司
厨邦国际	厨邦食品国际有限公司
中炬物业	中山市中炬高新物业管理有限公司

确认及批准

本报告于 2026 年 4 月 16 日获公司董事会批准，并与年报同期发布。董事会承诺对报告内容进行监督，并确保其不存在任何虚假记载或误导性陈述并对内容真实性、准确性和完整性负责。

报告获取

本报告可以在公司网站 (<http://www.jonjee.com>)、上海证券交易所 (<http://www.sse.com.cn>) 查阅和下载。

董事长致辞

2025 年，调味品行业步入存量竞争与结构性升级并行的关键阶段，健康化、高端化、数字化成为核心趋势。我们始终将 ESG 深度融入战略运营，以客户为中心、以品质为根基、以效率为抓手，在守护健康、践行绿色、坚守安全、关怀员工的道路上稳步前行，努力实现企业发展与社会价值、生态价值的同频共振。

绿色低碳，以变革赋能高质量发展

2025 年，我们以深度变革破局，紧跟国家“双碳”目标，将绿色理念贯穿生产全链条。通过工艺优化与智能化产线改造，单吨产品能耗稳步下降；携手供应链伙伴迭代绿色材料，深化玻瓶降重项目研发，从源头减少资源消耗；依托厂区资源布局太阳能光伏发电，优化能源结构，降低传统能源依赖。从车间到终端，我们以实际行动践行绿色发展，用可持续运营守护绿水青山，推动企业发展与生态保护深度融合。

坚守品质，以初心筑牢健康防线

品质是调味品企业的生命线，健康、美味是消费者的核心诉求。2025 年，我们以创新为驱动推动品质升级。践行“客户第一”的服务理念，推进服务流程标准化与响应机制敏捷化，让服务更有温度；深耕研发，以极致品质守护消费者饮食健康，彰显“民生为本”的责任担当。

筑牢安全，以稳健护航发展根基

安全是企业发展的前提。2025 年，我们将安全生产、合规经营内化于心、外化于行，全员树立安全意识，构建人人较真的安全文化，为企业稳健运营与员工生命健康筑牢坚实屏障，以安全底线保障企业高质量发展。

合规治理，以廉洁保障行稳致远

良好治理是企业可持续发展的根基。2025 年，我们坚守合规底线，以清晰制度、阳光操作、信息化平台筑牢采购等关键环节的廉洁防线，打造阳光、廉洁的企业文化，为企业发展保驾护航，推动经营管理规范化、现代化。

温情聚力，以担当回馈社会

企业发展离不开社会滋养。2025 年，我们厚植员工关怀，将资源投向员工急难愁盼，让奋斗者感受温暖，构建和谐劳资关系；履行社会责任，联合妇联开展家庭教育活动、关爱特殊儿童，走进社区践行敬老爱老，传递企业温度，彰显社会情怀。

ESG 建设非一日之功，而是一场久久为功的长期实践。2025 年，我们以变革破局、以责任立身，取得阶段性成果；未来，我们将继续把 ESG 理念深植于战略规划与日常运营，持续深化客户服务、坚守品质健康、践行绿色低碳、筑牢合规防线、厚植员工关怀，以更扎实的行动、更优异的成绩，回馈股东的信任、社会的期待、客户与消费者的厚爱。

坚守责任行而不辍，致远未来共赴新程！中炬高新愿与各界伙伴携手同行，以 ESG 之笔，绘就企业可持续发展的美好蓝图，共创更有价值、更有温度、更可持续的未来！

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司董事长

黎汝雄





走进公司

企业概述

中炬高新技术实业（集团）股份有限公司（简称“中炬高新”）成立于1993年，总部位于广东省中山市火炬开发区，并于1995年在上海证券交易所上市（股票代码：600872），是中山市首家上市公司，也是国家级高新区中首家上市公司。

公司业务涵盖调味品生产销售、园区运营及房地产开发等领域，目前主营业务为调味品。旗下全资子公司广东美味鲜调味食品有限公司（简称“美味鲜公司”）是一家现代化大型高新技术企业，专注于调味品的研发与生产，是中国调味品市场的领先企业之一。美味鲜公司拥有“厨邦”“美味鲜”两大品牌，产品涵盖酱油、鸡粉（精）、蚝油、料酒、醋等10多个品类，生产规模及市场占有率位居全国前列。中炬高新坚持扎根中山，面向全国，以创新驱动企业管理升级，持续稳健发展。凭借卓越的产品品质和优质的服务，公司赢得了社会各界的广泛赞誉，品牌影响力与日俱增，经济效益稳步提升，致力于成为行业标杆企业。



发展战略



发展战略屋

业务布局



中炬高新业务范围涵盖调味品生产销售、园区运营及房地产开发等领域，核心业务为调味品。公司在调味品、房地产、园区综合管理等产业方面分别设有经营主体：广东美味鲜调味食品有限公司、广东中汇合创房地产有限公司、中山市中炬高新物业管理有限公司。

在调味品板块，公司旗下拥有“厨邦”和“美味鲜”两大知名品牌，产品线丰富多元，涵盖酱油、鸡精鸡粉、蚝油、料酒、醋等十余个品类。公司在中山市火炬开发区、阳江市阳西县布局生产基地，推进全国化产能布局，凭借领先的生产规模与广泛的市场覆盖，该板块已稳居行业前列，市场份额持续巩固。

厨邦



酱油



醋



鸡精粉



食用油



蚝油



酱



料酒



腐乳



汁

美味鲜



酱油



鸡精粉



蚝油



醋



酱

企业文化



在过去 30 多年的发展中，结合不同阶段的发展战略和经营重心要求，中炬高新企业文化不断融合发展、与时俱进，成为全体员工自觉遵守的价值观念和行为准则，为企业战略推进实施提供了重要的精神力量。

使命
让生活更有味道

调味品有咸有甜有苦有辣，生活也有欢笑有悲伤有失落有不快，我们的使命是让厨邦产品陪伴人们生活起起落落的每一刻。

我们期望并将努力推动厨邦食品遍布全国、走向全球，让有人的地方就有厨邦的产品，让厨邦成为大众美食趋势的引领者。

愿景
厨味人间，邦传天下，引领美食新主张

我们包容工作中的错误和过失，但对诚信问题零容忍。员工要努力践行求真务实的工作作风，专注品牌创新、产品创新、技术创新、管理创新、观念创新，追求与利益相关方的合作共赢。

价值观
诚信、务实、创新、共赢

2025 年企业荣誉



中炬高新



“百千万工程”企业贡献奖
中山火炬高技术产品开发区管理委员会

中炬高新



**新质生产力助农帮扶伙伴计划
成员单位证书**
脱贫地区农副产品网络销售平台(832平台)

美味鲜公司



中国 500 最具价值品牌
世界品牌实验室

美味鲜公司



广东省重点农业龙头企业
广东省农业农村厅

美味鲜公司



广东老字号
广东省商务厅

美味鲜公司



优秀贡献奖
中山市食品行业协会

美味鲜公司



**厨邦减盐 30% 特级生抽 2025 年度
味来·调味品行业潜力产品**
渠道发展大会组委会

美味鲜公司



**创新风向榜单·品类创新：
厨邦减盐系列**
调味品行业创新发展大会

美味鲜公司



制造业突出贡献企业
中山火炬高技术产品开发区管理委员会

美味鲜公司



**第二十一届中国（国际）调味品及
食品配料博览会战略核心合作伙伴**
CFE2025 组委会

厨邦食品



农业产业化国家重点龙头企业
中华人民共和国农业农村部

2025 年亮点绩效



公司治理绩效

营业收入 (万元)	净利润 (万元)	纳税总额 (亿元)	派现总额 (万元)
419,994.02	53,850.06	4.97	32,547.01

开展风险管理培训 次数 (次)	参加反商业贿赂及反贪污 培训的总人数 (人)	接待投资者活动 次数 (次)
4	2,092	60



产业价值绩效

研发投入 (万元)	研发人员 (人)	授权专利累计数 (项)	产品合格率 (%)
13,321.60	293	250	100

质量培训总时长 (小时)	客户投诉解决率 (%)	客户满意度 (满分 15 分) (分)
11,924	100	13.92

属于安全与客户隐私保护 相关培训 (场次)
632



环境绩效

环保投入 (万元)	环保应急演练累积 时长 (小时)	废气排放达标率 (%)	无害废弃物回收利用率 (%)
1,382.89	173	100	100

水循环与再利用 总量 (吨)	外购光伏发电 (太阳能) (千瓦时)	清洁能源使用总量 (吨标准煤)
79,262.80	6,879,343.00	11,461.80

清洁能源使用占比 (%)	绿证交易量 (兆瓦时)
44.84	15,383.00



社会绩效

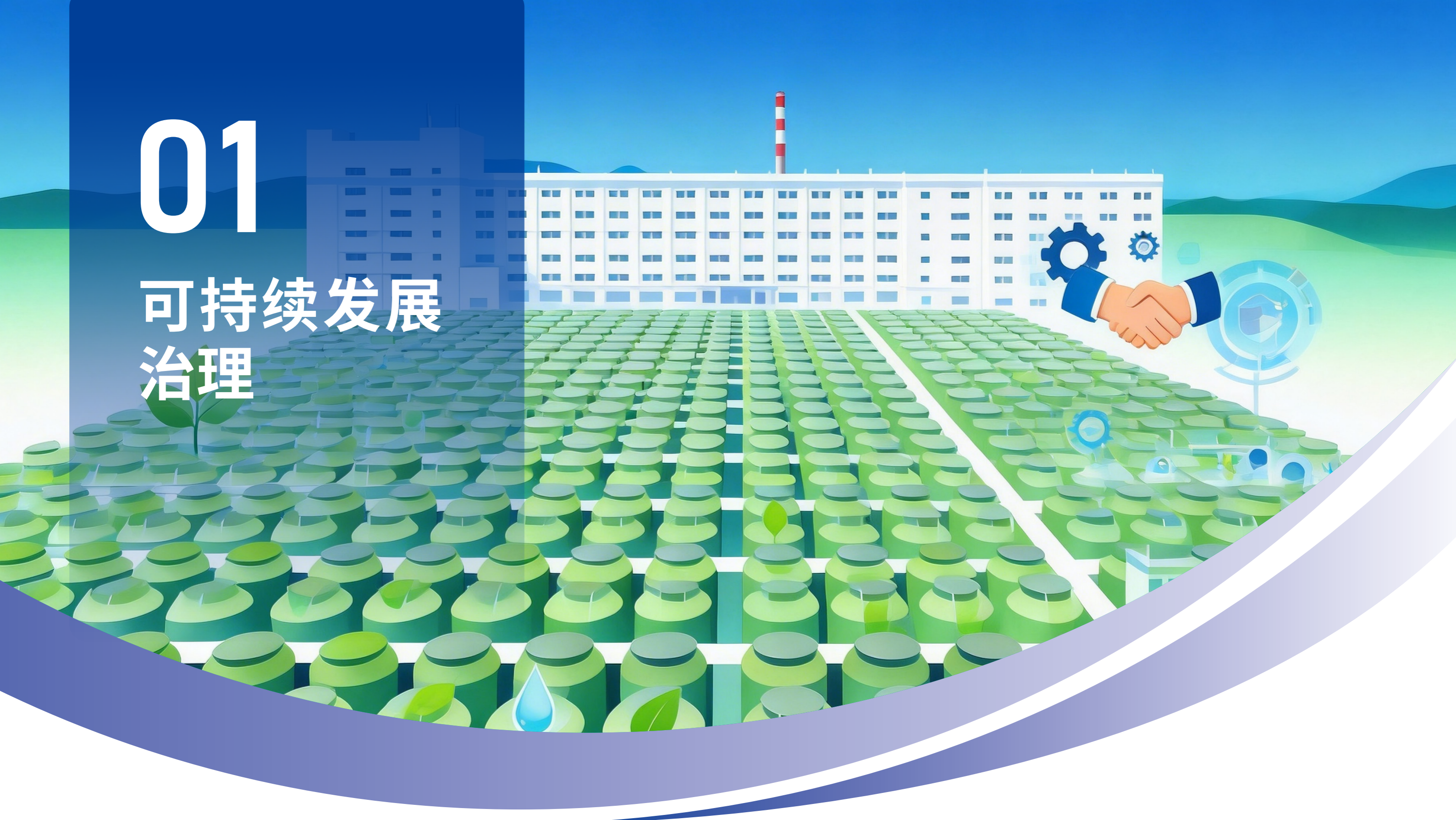
劳动合同签订率 (%)	员工培训覆盖率 (%)	工会会员占在职员 工比例 (%)	员工帮扶人次 (人次)
100	100	100	46

员工帮扶金额 (万元)	安全生产投入金额 (万元)	安全隐患整改率 (%)	安全培训总投入 (万元)
11.18	326.00	100	32.50

工伤保险的投入 金额 (万元)	工伤保险人员 覆盖率 (%)	员工职业健康检查 覆盖率 (%)	员工健康体检 覆盖率 (%)
224.10	100	100	100

01

可持续发展 治理

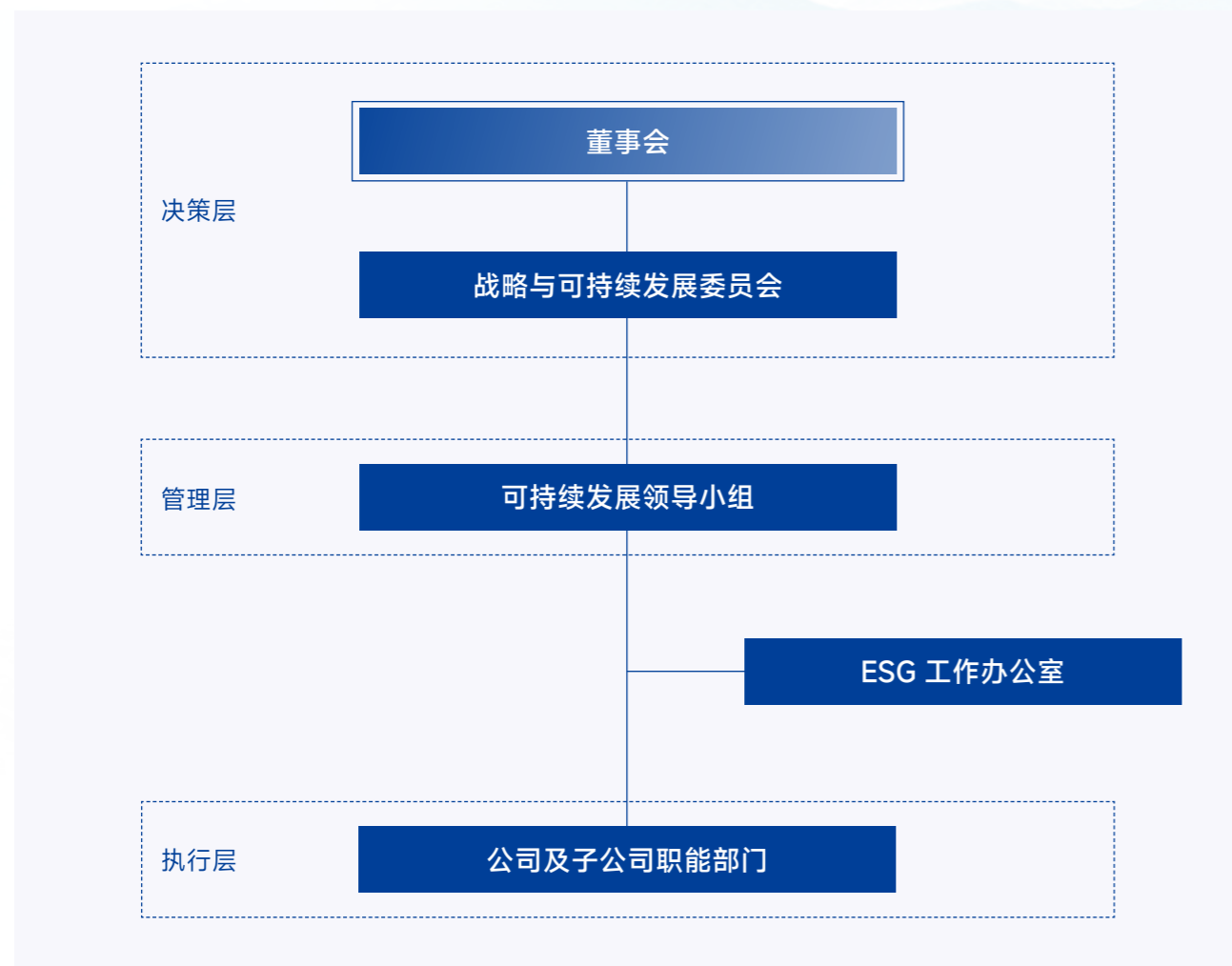


- 可持续发展治理架构
- 可持续发展培训
- 可持续发展战略
- 可持续发展目标
- 利益相关方沟通
- 重要性议题管理

可持续发展治理架构

中炬高新积极践行 ESG 理念，秉承“守护自然风味，共创美味未来”的使命，始终坚持“诚信、务实、创新、共赢”的核心价值观，将 ESG 融入业务运营管理，推进实现公司高质量发展，力求成为以可持续实践引领行业进步，为全球家庭带来健康美味与美好生活的卓越企业。

公司不断完善 ESG 管理体系，建立自上而下的 ESG 治理架构，提升 ESG 管理水平。公司董事会协同战略与可持续发展委员会全面监督和决策公司 ESG 事宜，下设由管理层组成的可持续发展领导小组负责 ESG 相关战略的规划并监督战略的执行，各职能部门及子公司负责 ESG 相关工作的具体实施落地。



ESG 治理架构

可持续发展培训

公司积极参与各类 ESG 培训会议。2025 年，公司邀请外部公司为董事长、副董事长、经营班子成员及部门负责人以上人员共计 57 人开展 ESG 专题培训。培训内容涵盖 ESG 基础知识、最新监管要求解读，以及公司往年 ESG 工作情况回顾。



ESG 报告编制启动会

关键绩效 报告期内

- 3 次** 公司高管参加上交所 ESG 培训
- 3 人** 高管参与人数

可持续发展战略

公司持续深化公司使命，明确公司愿景，以公司英文名“JonjeE”为基石，其六个字母精准对应六大可持续发展战略支柱，共同定义公司的责任承诺与行动方向。

愿景

成为以可持续实践引领行业进步，为全球家庭带来健康美味与美好生活的卓越企业

使命

守护自然风味，共创美味未来

创造永续价值

通过前五大支柱的协同与整合，追求经济、社会与环境效益的统一与最大化，确保企业为所有利益相关方创造长期、可持续的价值

致力环境保护

应对气候变化、环境合规管理、能源利用、水资源利用、循环经济、废弃物处理、污染物排放、生态系统和生物多样性保护

与员工共前行

职业健康与安全、员工权益与发展

与社会共成长

乡村振兴、社会贡献

运营诚信与治理

反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争、利益相关方沟通、尽职调查、数据安全与客户隐私保护

营养健康与产品责任

食品安全与服务质量、创新驱动与营养健康、供应链安全



可持续发展目标

可持续发展战略的落实不仅需要使命的引领、政策与承诺的护航，还需要明确的目标与指标体系作为指引。公司在环境、社会、治理三大维度下，分短、中长期提出多项目标，组成可持续发展目标与指标体系，并充分确保目标推进的有效性。



议题

短期

中长期

回应的 SDGs

议题

短期

中长期

回应的 SDGs

反商业贿赂及反贪污

到 2026 年，公司管理人员反腐培训覆盖率 100%；
到 2026 年，有采购业务合作的供应商廉洁协议签署率 100%。

到 2030 年，全部在库合格供应商廉洁协议签署率 100%；
到 2030 年，保持重大商业道德、腐败、数据泄露及不正当竞争诉讼案件为零的纪录。



创新驱动与营养健康

到 2026 年，累计推出 46 款减盐类、有机等营养与健康产品品类。

到 2030 年，累计推出 68 款减盐类、有机等营养与健康产品品类。



食品安全与服务质量

到 2026 年，保持涉及违反最低安全要求的产品的事故数目 0 件、已售产品因安全与健康理由而回收的事件 0，各级监管部门抽检合格率 100%，产品出厂合格率 100%。

到 2030 年，保持涉及违反最低安全要求的产品的事故数目 0 件、已售产品因安全与健康理由而回收的事件 0，各级监管部门抽检合格率 100%，产品出厂合格率 100%。



职业健康与安全

到 2026 年，保持一般安全事故发生率 0%，职业健康检查覆盖率 100%。

到 2030 年，保持一般安全事故发生率 0%，职业健康检查覆盖率 100%。



应对气候变化

到 2026 年，范围一和范围二的温室气体排放强度不高于 0.14 吨 / 万元营收。

到 2030 年，范围一和范围二的温室气体排放强度不高于 0.13 吨 / 万元营收。



环境合规管理

到 2026 年，公司及主要子公司通过 ISO 14001 环境管理体系认证；
到 2026 年，保持实现污染物排放 100% 达标，无重大环境污染事件发生。

到 2030 年，保持实现污染物排放 100% 达标，无重大环境污染事件发生；
到 2030 年，主要废气污染物氮氧化物单位产品排放强度较 2025 年下降 80%。



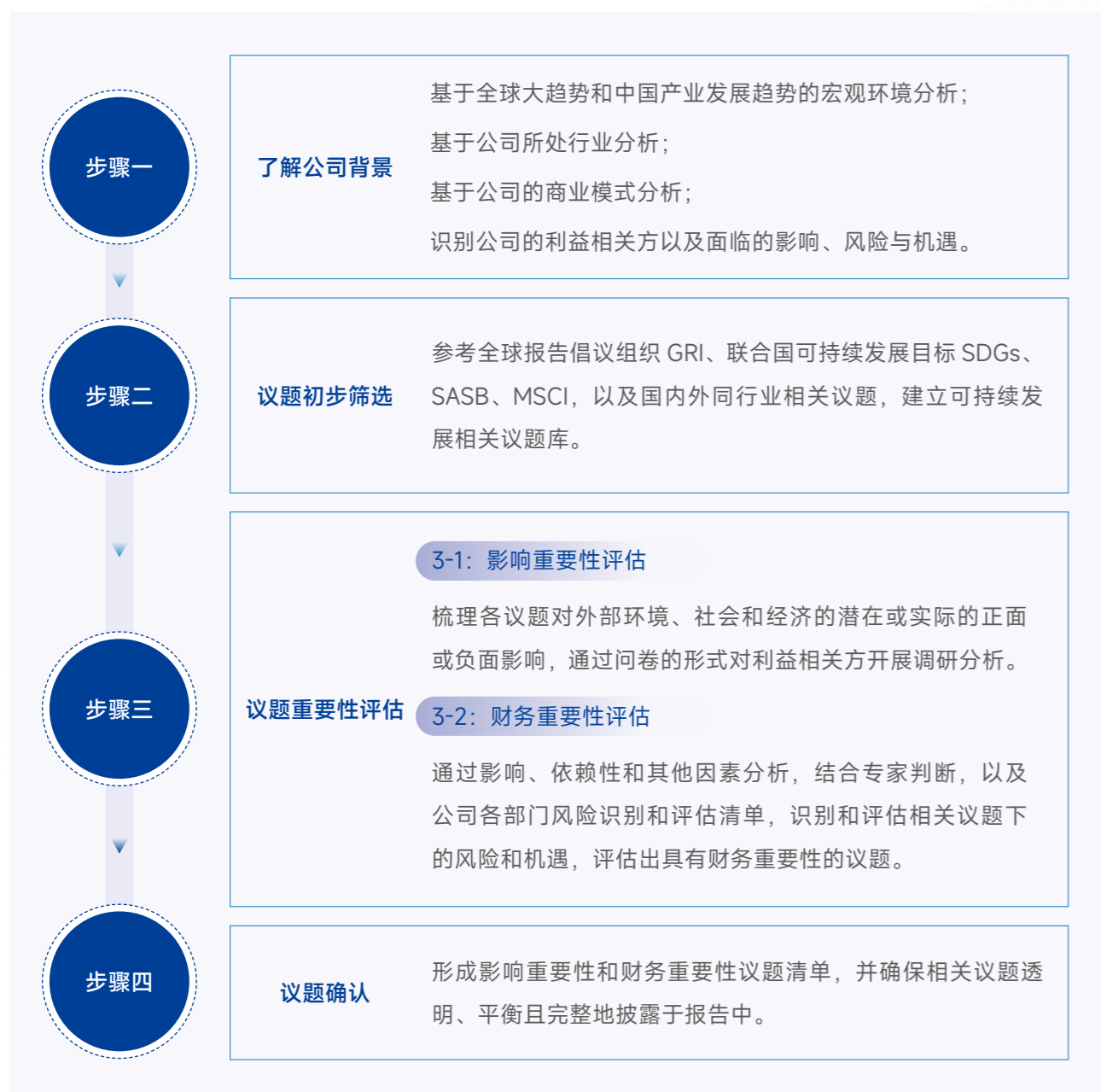
利益相关方沟通

利益相关方						
	投资者与股东	政府 / 监察机构	媒体与公众	客户	供应商	员工
沟通渠道	股东会，投资者沟通会，交易所网站定期信息披露，电话、邮件、公司官网、微信公众号等媒体平台，上证 e 互动平台	配合监管机构核查、参与政府考察调研活动、公文往来、政策执行、信息披露、加强各类合规管理	员工志愿服务、开展爱心捐赠等公益活动、完善环境管理、建立产品安全与质量管理体系制度、安全生产责任制	加强绿色包装使用、建立产品安全与质量管理体系、客户咨询与投诉、客户满意度调查、经销商赋能	进行供应商全生命周期管理、供应商准入与考核、执行阳光采购策略	提供完善的薪酬福利体系、内部信息沟通、设立工会并组织各类活动、实施股权激励计划、开展员工培训、建立员工绩效考核与晋升体系、制定安全生产责任制、建立职业健康安全管理体系
关注议题	反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争、尽职调查、利益相关方沟通	反商业贿赂及反贪污、应对气候变化、环境合规管理、污染物排放、废弃物处理、食品安全与服务质量、职业健康与安全、反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争、平等对待中小企业、乡村振兴	应对气候变化、污染物排放、废弃物处理、环境合规管理、生态系统和生物多样性保护、食品安全与服务质量、社会贡献、职业健康与安全	应对气候变化、能源利用、循环经济、水资源利用、食品安全与服务质量、数据安全与客户隐私保护、创新驱动与营养健康	应对气候变化、能源利用、循环经济、水资源利用、生态系统和生物多样性保护、供应链安全、反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争	员工权益与发展、职业健康与安全

重要性议题管理

重要性议题评估流程

公司参考国内外披露标准的评估方法，引入影响重要性和财务重要性的分析视角，识别和评估重要性议题，具体实施步骤如下：



建立议题库

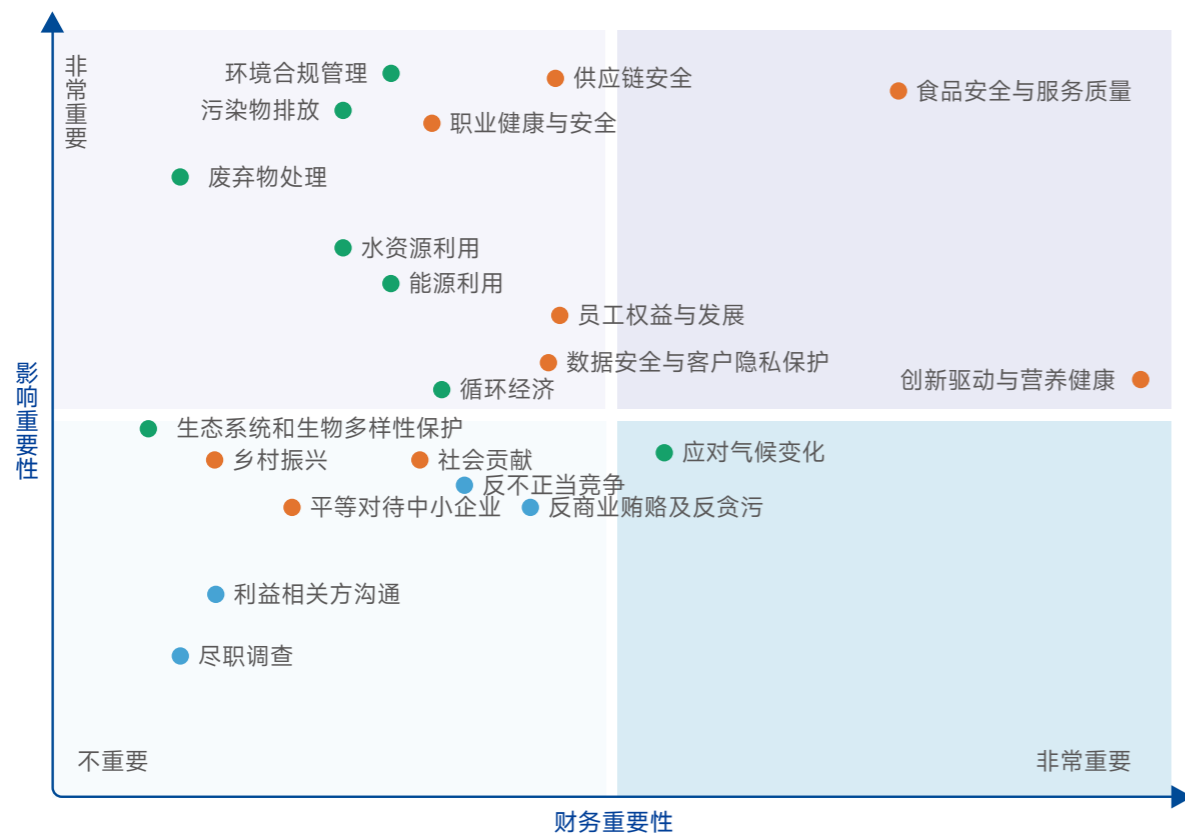
公司根据国内外评估标准，结合行业情况和公司实际情况，得出 21 个重要性议题，其中环境议题有 8 个，社会议题有 9 个，治理议题有 4 个。

议题范畴	议题名称	较上年度变化
环境 (8 个)	环境合规管理 能源利用 应对气候变化 水资源利用 污染物排放 废弃物处理 循环经济 生态系统和生物多样性保护	<ul style="list-style-type: none"> 根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》（以下简称《指引》）规定，将“资源利用与循环经济”拆分为“循环经济”与“水资源利用”，“污染物与废弃物管理”拆分为“污染物排放”与“废弃物处理”。
社会 (9 个)	员工权益与发展 职业健康与安全 创新驱动与营养健康 食品安全与服务质量 数据安全与客户隐私保护 供应链安全 平等对待中小企业 社会贡献 乡村振兴	<ul style="list-style-type: none"> 调整“创新驱动”为“创新驱动与营养健康”，更符合行业特性； 调整“供应商管理”为“供应链安全”，与《指引》表述保持一致； 将“员工雇佣与权益”和“员工培训与发展”，合并调整为“员工权益与发展”； 根据公司业务特性，结合食品安全议题，将“食品安全与质量”、“客户服务质量”和“经销商管理”合并调整为“食品安全与服务质量”； 新增《指引》规定议题：平等对待中小企业、乡村振兴。
治理 (4 个)	反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争 尽职调查 利益相关方沟通	<ul style="list-style-type: none"> 将“商业道德”议题调整拆分为“反商业贿赂及反贪污”“反不正当竞争”，与《指引》规定保持一致； 删减议题：风险与合规管理、公司治理因不属于《指引》所列 21 个议题且无行业特殊性，未纳入本议题库。 新增《指引》规定议题：尽职调查、利益相关方沟通。

注：公司为传统调味品制造企业，主营业务不涉及人工智能、生物技术等前沿科技研发或应用，因此科技伦理议题与其业务相关性较低，未在 ESG 报告中作为重要议题识别。

重要性议题评估

公司设计并发放了利益相关方调研问卷。公司的利益相关方有股东、董事会成员、管理层、普通员工、供应商、客户、行业协会或科研机构、公益组织或社区组织、媒体、政府或监察机构等。我们对不同利益相关方赋予权重，并且结合专家判断，从“财务重要性”与“影响重要”这两个维度进行排序分析，形成核心议题矩阵。



重要性说明	沟通与回应
双重重要性议题	创新驱动与营养健康、食品安全与服务质量
仅具有财务重要性议题	应对气候变化
仅具有影响重要性议题	环境合规管理、能源利用、水资源利用、污染物排放、废弃物处理、循环经济、员工权益与发展、职业健康与安全、数据安全与客户隐私保护、供应链安全
相关重要性议题	生态系统和生物多样性保护、平等对待中小企业、社会贡献、乡村振兴、反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争、尽职调查、利益相关方沟通

注：“相关”是指既不是财务重要性，也不是影响重要性。

注：“双重重要性”是指既是财务重要性，也是影响重要性。

注：财务重要性（含财务重要性及双重重要性议题）议题，需要按照“治理、战略、影响、风险和机遇管理、指标与目标”进行披露。

■ 双重重要性	■ 仅影响重要性
■ 仅财务重要性	■ 既不是财务重要性，也不是影响重要性

● 环境合规管理	● 循环经济	● 数据安全与客户隐私保护	● 尽职调查
● 污染物排放	● 水资源利用	● 职业健康与安全	● 利益相关方沟通
● 应对气候变化	● 食品安全与服务质量	● 平等对待中小企业	● 反不正当竞争
● 废弃物处理	● 乡村振兴	● 创新驱动与营养健康	
● 能源利用	● 员工权益与发展	● 社会贡献	
● 生态系统和生物多样性保护	● 供应链安全	● 反商业贿赂及反贪污	

02

抢鲜提质 严守食安

本章所响应的 SDGs



本章所涉及的 ESG 重要议题

- 创新驱动与营养健康
- 食品安全与服务质量
- 数据安全与客户隐私保护
- 供应链安全

创新驱动

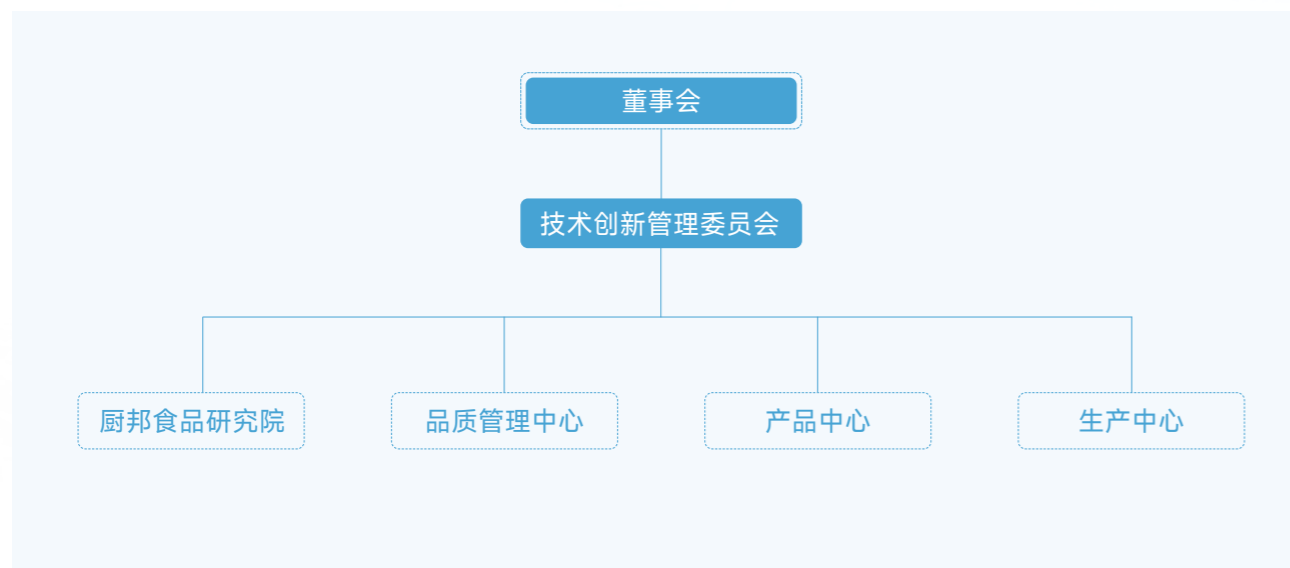
中炬高新将研发创新作为公司业务战略之一，构建“让生活更有味道”的愿景，坚持“技术创新是企业持久发展的核心动力，是托起品牌的基石”理念，致力于实现产品和技术的高效、高质、高水平创新。

治理

管理体系

公司严格遵守法律法规及条例规定，制定《产品开发与管理制度》等制度，构建由董事会负责研发创新相关工作的决策和监督、技术创新管理委员会负责产品和技术创新研发的管理、各相关部门负责研发创新工作实施的研发创新管理架构，实现了“权责清晰、效率提升、风险可控”的目标，为研发业务高效推进提供了流程保障。

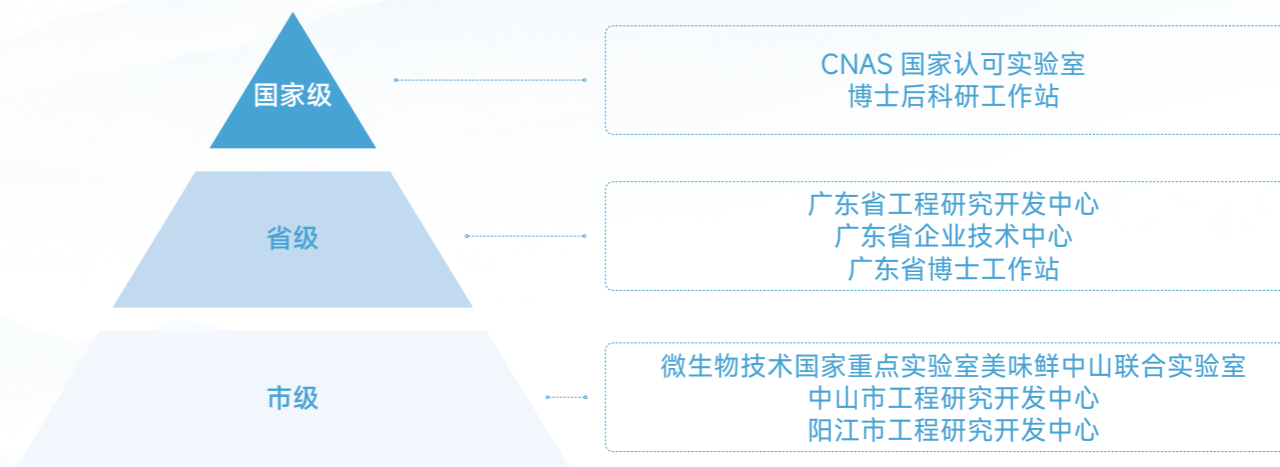
创新驱动治理架构



科创平台建设

公司重视科创平台建设，建立厨邦食品研究院等技术创新平台，公司与下属子公司厨邦食品获批广东省博士工作站，以现有产学研合作项目为依托，柔性引入博士人才。

中炬高新研发平台建设情况



研发团队与研发激励

公司以目标为导向，打造一支能够准确把握市场趋势的研发团队，从技术开发、品质 / 成本优化、难题攻关、产品研发和储备等方面制定细化策略，强化产品和技术。截至报告期末，公司研发人员共计 293 人，占员工总数的 7.82%，研发团队具备多学科、多领域的专业背景，创新能力持续积累与提升。

科研团队人员构成情况



公司高度重视激励员工进行科技创新，通过制定《绩效管理制度》《技术创新奖励制度》《科技及研发人才引进、培养和激励方案》，从季度绩效考核、年度成果转化、科技及研发人员能力提升三方面进行管理，对科技创新成果给予一定额度奖励。为进一步激发员工的创新活力与工作积极性，推动公司高质量发展，公司计划拨出专项奖励资金，以倡导价值创造，奖励增量为原则，对经公司审批通过的，具有战略性、创新性、协作性、效益性的专项项目进行奖励。

战略

创新驱动与营养健康议题风险识别评估表

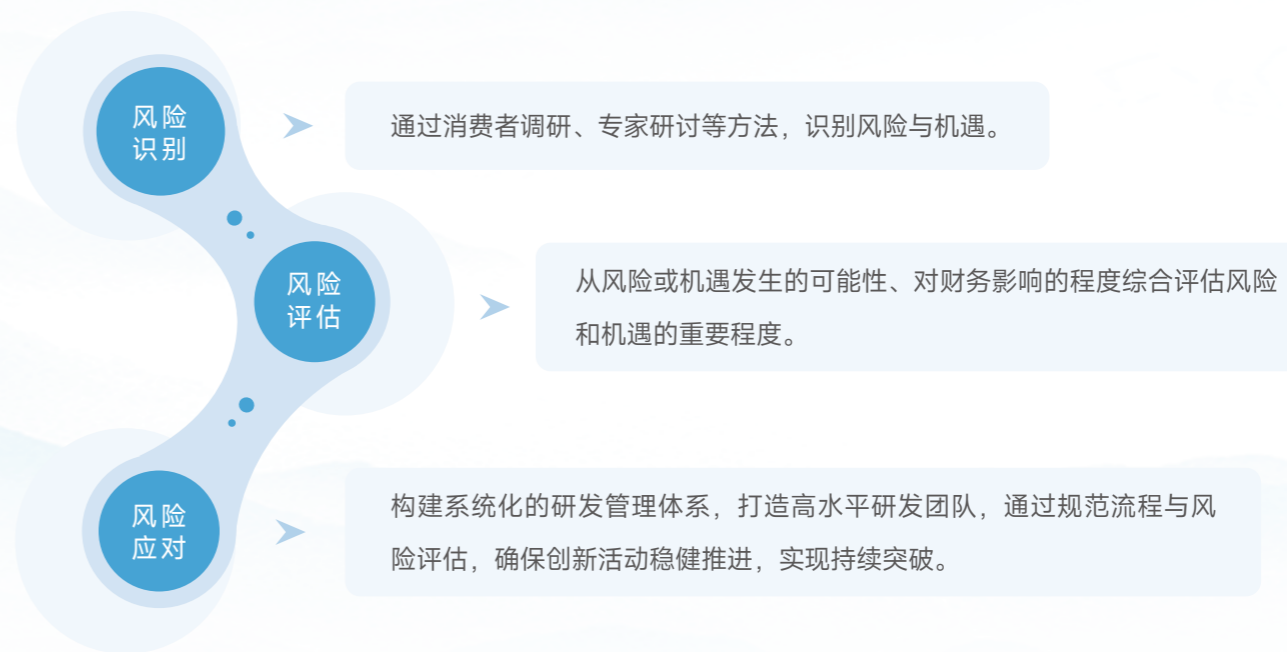
风险类型	风险描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
市场风险	随着消费者对调味品多元化、健康化、个性化需求扩大，以及对产品包装形式要求提升（如环保、便携、功能性包装），如果公司在新产品开发 and 包装创新上反应迟缓或研发方向错配，可能导致新品上市失败或迭代落后于竞品。	长期	下游	营业收入减少	加强市场调研与趋势洞察：利用大数据等手段捕捉消费需求； 围绕减盐、风味技术等方向开展系统性产品研发工作； 研发成果转化机制：确保新品上市交期、成本、品质达标。
人才风险	创新高度依赖高素质的研发团队。若公司无法有效吸引、激励和保留核心研发人才，或在产学研合作、技术引进上成效不佳，可能导致研发能力滞后，难以支撑持续的创新需求。	中期、长期	运营	运营成本增加	完善研发激励机制和对研发人员的能力提升补贴；积极进行产学研合作，构建外部研发网络；强化研发团队建设。

创新驱动与营养健康议题机遇识别评估表

机遇类型	机遇描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
健康需求机遇	持续开发减盐、减糖、风味优化等符合健康趋势的新品可以满足细分市场需求，打造差异化优势，抢占新品类（如鸡精鸡粉、蚝油）、新场景（餐饮定制）市场份额。	长期	下游	营业收入增加	加大健康化产品研发，推出低盐、零添加剂等清洁标签产品；利用多品类（酱油、鸡粉、蚝油等）协同效应推广健康新品。
政策机遇	国家及行业标准的修订（如更严格的食品添加剂、盐含量标准）对行业是“洗牌”过程。公司若能提前布局技术升级、参与标准制定，不仅能确保合规，还能将挑战转化为机遇，借机扩大市场份额。	中期	运营、下游	营业收入增加	食品安全小组主动跟踪法规标准动态； 提前进行设备与工艺改造，使自身标准严于国标，形成护城河； 积极参与标准制定工作，将自身实践转化为行业规范，提升影响力。

影响、风险和机遇管理

公司构建了创新驱动的风险管理机制，分析与评估创新驱动在新产品、工艺与技术领域面临的风险和机遇。

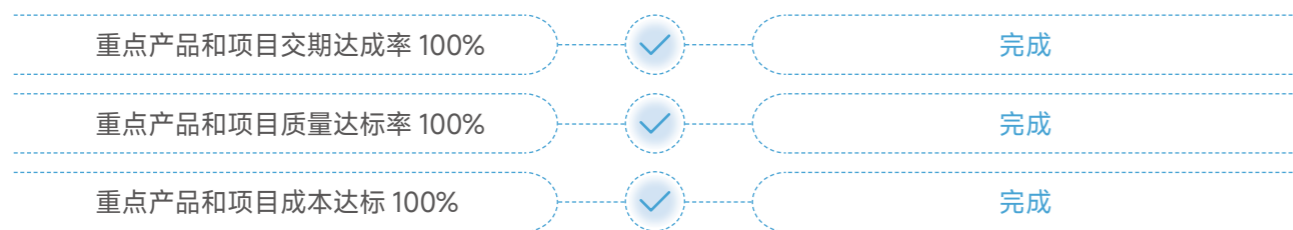


指标与目标

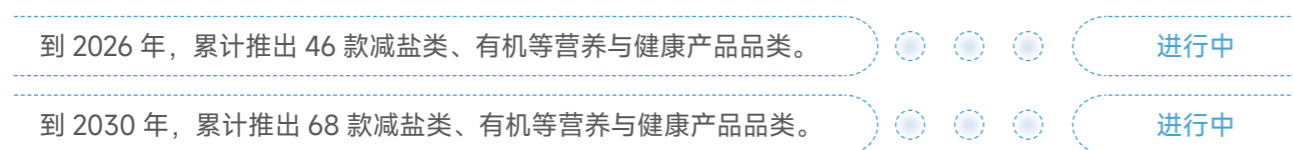
为有效评估创新战略实施效果，公司通过关键量化指标与年度目标，系统追踪研发与新产品转化进程，确保创新驱动落到实处。

创新驱动指标		
13,321.61 万元	3%	13个
研发投入	研发投入占营业收入比例	新产品开发项目数
1项	4项	
实施省级科技项目	实施市区级科技计划项目	

创新驱动 2025 年目标达成情况



创新驱动下一年度及长期目标



创新成果

公司持续推进产品创新与技术研发，不断丰富产品品类并加强科研项目布局。

● 品类创新

在原有酱油产品基础上，公司持续拓展调味品品类，新增有机酿造料酒、有机烹饪料酒、纯芝麻油及加鲜蚝油等产品；同时面向餐饮渠道开展定制开发，推出厨邦陈醋、特香芝麻调和油、厨邦丸滑生抽等多款产品。报告期内，厨邦薄盐生抽获评“广东省食品行业优秀新产品”。

● 重点科研项目

截至报告期末，公司累计承担国家级、省级及市区级科技计划项目 40 余项；累计实施国家 863 计划 6 项、国家火炬计划 11 项、国家重点研发计划 1 项、省重点研发 1 项。

● 产品荣誉

报告期内，公司多款产品获评“广东省名优高新技术产品”，包括：厨邦酱油、厨邦金标生抽、厨邦美味鲜生抽王、厨邦蚝油、厨邦美味鲜酱油、厨邦味极鲜。

● 研发荣誉

报告期内，公司多项研究获奖，其中发酵黄豆酱白点控制关键技术研究与应用获得 2025 年度“广东省食品行业科学技术奖 一等奖”，岭南传统发酵食品中功能菌群解析及其发酵调控关键技术研究与应用获得了“中国商业联合会科学技术奖·科技进步奖一等奖”。

推动行业发展

产学研合作

公司高度重视产学研融合发展，积极与多所高校建立长期合作关系，推动知识共享与人才培养，从行业 and 高校吸纳高质量人才，致力于将前沿科技成果转化为实际生产力，推动行业技术进步。报告期内，公司深化与江南大学的产学研合作并与中国检科院粤港澳大湾区研究院开展新的研究。



案例 厨邦食品与江南大学共建联合创新中心，深化产学研协同创新

2025 年 9 月 4 日，厨邦食品与江南大学签署协议，共同成立“调味品联合创新中心”，标志着双方产学研合作进入新阶段。合作聚焦四大方向：攻关健康酱油等核心技术、共育研发人才、加速产品研发与矩阵优化、开展调味品基础应用研究。通过共建研发平台，厨邦旨在借助江南大学在食品生物技术与发酵工程领域的顶尖科研实力，系统性提升自身技术创新与产品开发能力，打通“从实验室到生产线”的转化路径，全面支撑“再造厨邦”的战略目标。



成立仪式

行业标准制定

公司凭借扎实的自主创新能力与高效的科技成果转化，在行业内发挥着重要的引领作用，持续以技术和产品创新驱动自身竞争力提升，并积极推动行业整体向高质量发展迈进。在此基础上，公司组织内部专家深度研判行业趋势与技术需求，主动参与各类标准的制定工作。报告期内，公司与下属子公司参与 3 项国家标准、1 项行业标准的起草工作，为行业规范化、国际化发展贡献了专业力量。



中国调味品协会团体标准起草单位颁发证书仪式

行业交流

公司高度重视行业交流与合作，为把握发展趋势、整合产业资源，主动加入行业协会，任职层级包括但不限于副会长单位、理事单位，持续拓展合作网络，提升行业影响力。

2025 年参加的行业协会（部分）

公司名称	协会名称	协会任职
美味鲜公司	中国调味品协会	副会长单位
	广东省食品行业协会	副会长单位
		食品工业标准化技术委员会委员 广东食协调味品专委会理事委员会委员
	中山市食品行业协会	副会长单位
	中山市食品学会	副会长单位
	中国食品工业协会	常务理事单位
中国调味品协会 下设各类专业委员会	复合调味料专业委员会委员 酱油专业委员会委员 调味料酒专业委员会委员 调味酱专业委员会委员 食醋专业委员会委员 水产调味品专业委员会	

在深入开展产学研合作、参与行业标准制定与修订的同时，公司亦活跃于各类行业会议及论坛，积极与业界同仁交流前沿动态、分享实践经验。通过持续性的对话与合作，公司致力于凝聚行业共识，共同推动技术创新与生态建设，为行业整体进步与高质量发展注入动力。



案例 味动中国（阳西站）2025 调味品产业创新发展大会

2025 年 9 月 27 日，美味鲜公司参与了在阳西举办的 2025 调味品产业创新发展大会。公司赞助“厨邦之夜”晚宴，重点展示了包括减盐 30% 生抽、挤挤瓶蚝油在内的健康化产品矩阵。大会期间，美味鲜公司组织近 300 名行业代表实地考察了阳西生产基地，通过参观文化展厅、自动化生产线与检测实验室，全面展现了其智能制造、酿造工艺与质量管控体系，有力彰显了企业的创新实力与行业引领形象。



厨邦之夜



参展产品



数字化建设

报告期内，公司启动数字化转型咨询项目，基于“自上而下、价值导向、领先半步、数据驱动、实用主义”五原则，制定公司“652 数字化工程”，完成了数字化转型顶层设计，明确了未来三年数字化项目实施路线图。

数字化战略屋



为推进数字化建设与智能化转型，公司制定了“三步走”建设策略，通过短期速赢结合长期规划，逐步实现企业的自动化、信息化、智能化。

第一阶段 速赢导向

- 以“速赢”快速交付业务价值，磨合价值导向、联合战队、敏捷等机制；
- 在具体操作层面的效率“痛点”为突破口，通过系统提升运作效率和准确性；
- 在关键业务领域开展导入先进实践的体系建设，必要时引入管理咨询辅助推进业务变革。

第二阶段 业务变革

- 以“软件包驱动业务变革”为策略推进业务体系建设和能力构建，建立营销、供应链、后端业务管理核心平台；
- 企业级数据平台以及数字化基础设施的搭建，支持未来的企业架构建设；
- 建设并不断优化企业数字化管理及运作机制，并构建数字化团队的能力。

第三阶段 数字化企业

- 建成数字化营销、数字供应链等 5 大业务数字化平台，以及数据和基础设施 2 大赋能平台，推进业务的全面数字化，支持先进实践体系“落地”；
- 在平台构建过程中，在业务操作高效、精细运营、精准管控方面运用大数据分析、人工智能等技术落地解决方案，达成初步智能化企业运营管理。

数字化落地举措



速赢价值交付

围绕营销、供应链、财务、协同办公、战略管理、数据挖掘等多业务板块展开，在短期内提升业务效率、业务透明化、提升用户体验等多方面都取得了预期效果，在公司内部树立了数字化转型的信心。



自动化与智能化产线

生产设备自动化升级：截至报告期末，投入 1 套自动铺料擦种洗盘机、4 套超高温灭菌设备、2 套全自动灌装机，实现了种曲工序、灭菌及灌装等环节的自动化升级，有效提升了生产效益、优化了人力配置、保障了产品质量并降低了净含量损耗。

智能立体仓：截至报告期末，厨邦智能立体仓配备 14 台双工位堆垛机、30 台 RGV 环穿小车及多套输送、移载、检测和称重设备，构建自动化仓储与物流输送体系，提升仓储与发货效率。



数据驱动的生产管理

构建了以 ERP 为核心，MES、WMS、LIMS、一物一码等系统协同运行的数字化管理体系，实现营销、生产、仓储、物流和财务等环节的数据贯通。

营养与健康机遇

营养与健康战略

在消费升级驱动调味品行业向“健康与美味兼顾”转型的背景下，公司正通过全方位的战略升级，实现从经典调味品到健康饮食引领者的跨越。围绕健康化发展主线，公司重点聚焦三大方向开展技术攻关与产品创新。

营养健康战略

推动产品多元化与高品质升级

通过零防腐剂、低盐、松茸等工艺试验，加快配料清洁化与品质优化。例如，应用独家生物发酵技术推出的“厨邦减盐 30% 特级生抽”，在减盐 30% 的同时保持鲜味醇厚，已成为健康酱油品类的核心大单品。



优化国民膳食结构

针对细分人群需求，持续完善“三减”（减盐、减油、减糖）产品线，在酱油、鸡精、蚝油等多品类中推广低钠、低盐工艺，覆盖多元健康场景。



推广有机食品

紧扣健康消费群体对“天然、安全”的核心诉求，以有机原料发酵调配工艺为支撑，持续丰富有机产品矩阵，在酱油、料酒等品类中推广应用，精准覆盖品质生活场景。



营养与健康目标

公司深耕营养与健康食品的开发，提升工艺技术，设定研发目标。

中炬高新营养与健康目标

减盐

核心酱油产品线（如厨邦系列）均符合或优于《中国食品工业减盐指南》的阶段性目标。

清洁标签

产品均遵循清洁标签理念，简化配料表，尽可能减少非必要食品添加剂的使用，并提升原料信息的透明度。

有机品质

有机系列产品均严格遵循中国有机产品国家标准（GB/T 19630），确保从原料到生产的全链条有机可追溯。

健康产品矩阵

长期高盐摄入是高血压、心脑血管疾病的重要饮食风险。科学减盐能显著降低慢性病风险、减轻代谢负担，尤其适合中老年、母婴及高危人群。有机食品通过严格标准，避免化学农药、添加剂等，降低有害物质摄入，保留天然营养，为敏感体质与高品质饮食需求者提供更安全的选择。减盐与有机饮食是守护全生命周期健康的核心膳食策略。

公司围绕“减盐”和“有机”两大核心构建了健康产品矩阵，目前公司健康类产品已延伸至酱油、蚝油、料酒等多个品种。健康产品矩阵的持续完善，为公司突破传统调味品增长瓶颈、开辟第二增长曲线提供了有力支撑。



减盐系列

营养与健康特点：

科学减盐、减盐不减鲜

系列卖点：

以创新工艺实现减盐不减鲜，减盐幅度达 25%–30%，兼顾鲜味与低盐需求，适配控盐家庭、中老年及健康饮食人群，覆盖生抽、鸡精、蚝油全场景，是日常低盐调味的优选方案。



厨邦减盐 30% 特级生抽、厨邦减盐 25% 鸡精、厨邦减盐 30% 蚝油

有机系列

● 营养与健康特点:

有机原料认证、配料极简、天然本味、安全可追溯

● 系列卖点:

产品精选非转基因有机黄豆和有机小麦，仅含 6 种原料（水、非转基因有机黄豆、食用盐、有机小麦、有机白砂糖、酵母抽提物），真正实现 0 添加（未检出山梨酸钾、苯甲酸钠、蔗糖素等）。每瓶产品配备唯一有机身份码，实现“一瓶一码，刮开辨真伪”的全链可追溯体系。



有机原汁特级生抽

知识产权保护

管理体系

公司通过构建“保护自身、尊重他人”的双向知识产权保护机制，为创新生态的良性循环提供了坚实保障。公司制定了《专利管理制度》《商标管理制度》《专利奖励制度》《知识产权应急预案》等文件，规范专利申请、维持、使用与维权等管理程序。

关键绩效 报告期内

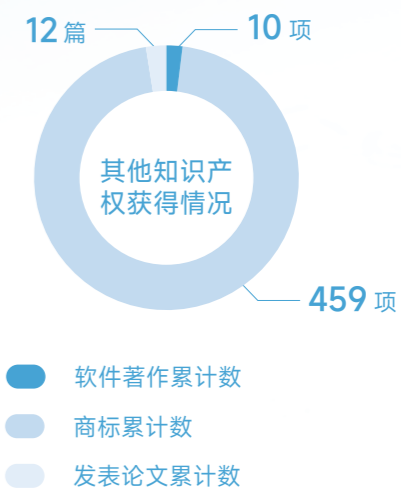
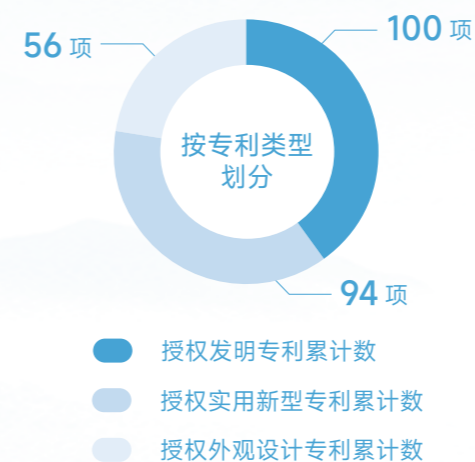
28 项

公司及下属子公司申请专利

报告期内，公司处理了 6 起仿冒包装物不正当竞争案件，以减少市场混淆，维护市场公平竞争秩序和消费者对正品品牌的信任，促进健康消费环境。同时，公司增加对涉外商标注册情况监控，及时发现和处理涉外近似商标，以扫清商标障碍，保障海外业务扩展的顺利推进。

中炬高新专利、软件著作权获得情况

授权专利累计数（有效期内的专利数）：**250** 项



管理措施

公司在内部运营中，全面推行正版化策略，确保操作系统、设计软件等工具合法合规使用，从源头规避侵权风险；在外部合作中，建立作品使用授权审查机制，确保引用内容、技术方案等均获得合法授权，维护市场公平竞争秩序。同时，通过商标全生命周期管理，开展商标价值评估、市场监测及使用规范审查，有效防范商标侵权与品牌价值稀释风险。报告期内，公司未发生知识产权侵权诉讼或重大行政处罚，商标、专利等核心资产得到有效维护，创新成果转化效率稳步提升。

报告期内，公司聚焦知识产权实务能力提升，组织两次培训，培训覆盖研发、生产、市场等核心部门，参训人员知识产权保护意识显著增强，为构建“全员参与、全程防控”的知识产权管理体系奠定基础。

案例 涉外商标培训

为支撑海外业务拓展与品牌国际化战略，公司于 2025 年开展涉外商标注册与保护专题培训，围绕国际商标布局、重点国家注册流程、维权案例及风险防控等内容进行讲解。通过案例解析与互动交流，提升了业务与法务人员在商标国际注册与保护方面的专业能力，为公司海外发展夯实知识产权基础。



涉外商标培训

食品安全与服务质量

治理

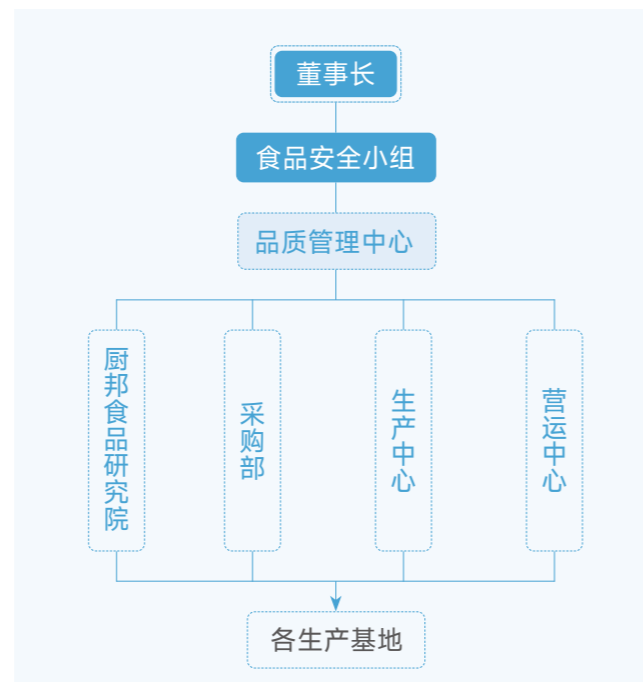
中炬高新秉承“不接受、不生产、不传递不良”的品质理念以《质量安全管理手册》为纲领，制定了《企业食品安全管理制度》《产品追溯管理制度》《产品入库及出厂管理制度》等制度，构建了从原料采购、生产加工、仓储物流到市场服务的全过程管控网络。



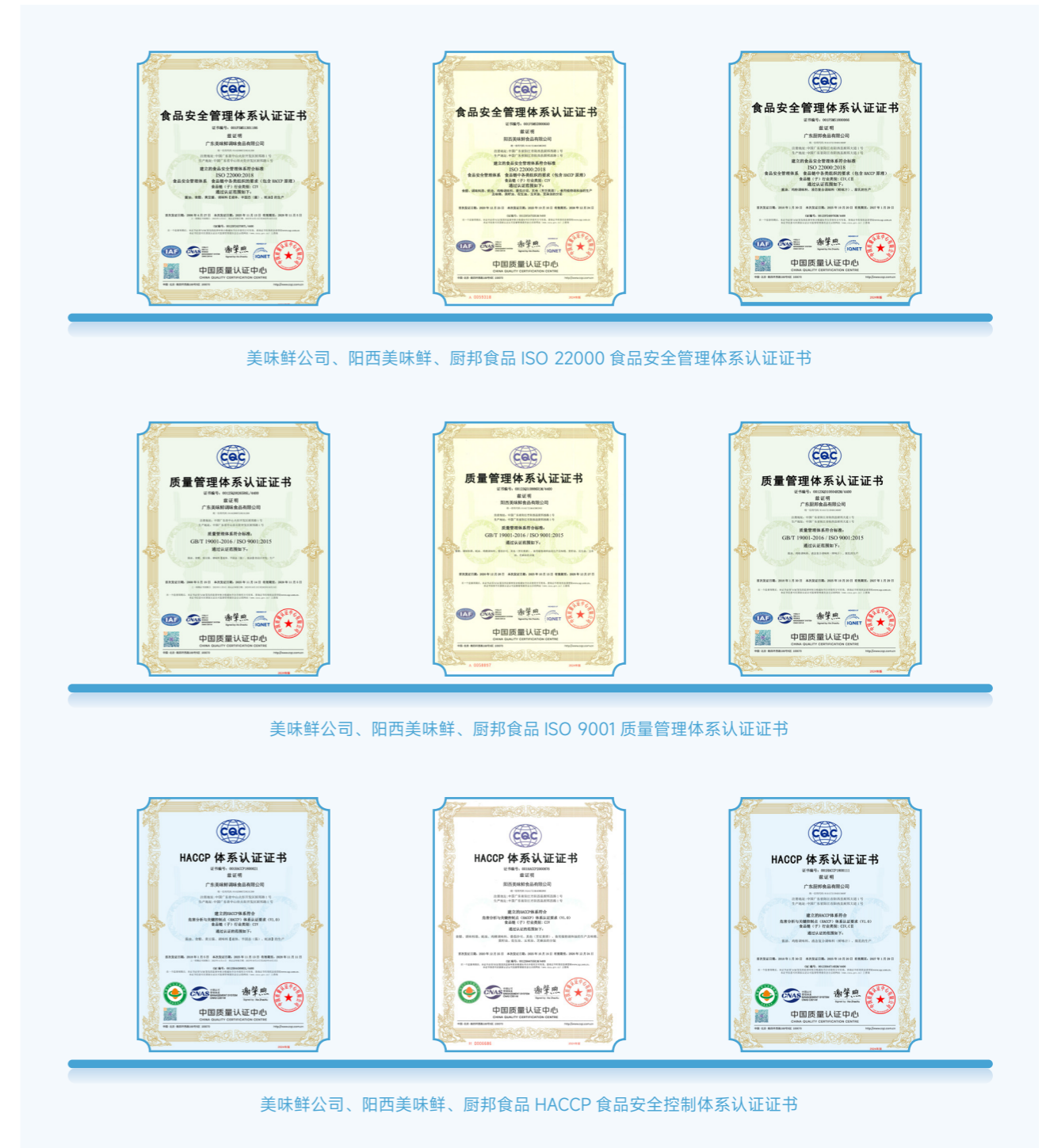
公司已构建起权责清晰、贯穿全过程的食品安全与质量治理体系，由公司最高管理者作为领导与决策层负责制定方针目标、主持管理评审，下设食品安全小组作为技术核心实施危害分析；制定并更新 HACCP 计划、前提方案等，各过程主导部门在食品安全小组统筹下，确保本部门负责的体系过程得到有效运行和控制。

该体系纵向建立了“公司—品质管理中心—职能部门—基地工厂”四级管理架构；横向通过厨邦食品研究院、采购部、生产中心、营运中心、品质管理中心等多部门协同，分别对应“设计质量、采购质量、生产质量、服务质量、质量管理”五大管理模块，系统推动公司质量全面落实食品安全主体责任，层层分解至各层级，明确到人，并实施质量责任问责制。

食品安全治理架构图



截至报告期末，公司旗下全资制造业子公司已 100% 通过 ISO 9001 质量管理体系、ISO 22000 食品安全管理体系、HACCP 食品安全控制体系、FSSC22000 食品安全体系、实验室 CNAS 认可。在认证有效期内，公司持续开展质量管理体系的内外部审核，通过定期内部审查与第三方认证机构的监督审核，确保体系持续有效运行并不断优化，全面提升了质量管理的系统性、规范性与公信力，为产品安全与品质提供了坚实保障。





战略

食品安全与服务质量议题风险识别评估表

风险类型	风险描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
政策风险	国家对食品安全监管与质量控制的标准持续提升，相关法律法规已在食品生产、食品运输、食品销售等环节建立起严密规范。企业如未能合规运营，将依法承担相应处罚，包括但不限于罚款等法律责任。	中期、长期	运营	营业外支出增加	推进生产过程的标准化与智能化升级，通过技术赋能，实现品质管理的固化与提升； 持续优化质量管理机制，强化产品全生命周期的质量管控，对关键环节实施重点监控与闭环管理。
舆情风险	食品安全舆情事件频发，舆论焦点已从单纯的食物安全问题本身，延伸至对企业的透明度及消费者尊重程度的全面审视。若公司因管理疏忽或不可预见因素出现产品质量事件，或遭遇行业性食品安全风险，均可能对品牌声誉与持续经营造成负面影响，进而损害公司的市场信誉与公众信任。	中期	下游	营业收入下降	健全质量风险与食安事故预防、控制及应急处理机制； 持续优化全链条食品追溯与产品召回管理体系； 系统培育全员参与、持续改进的质量文化； 建立高效透明的客户投诉响应与闭环处理机制； 定期开展客户满意度调查，主动预防客诉升级，提升客户信任。

食品安全与服务质量议题机遇识别评估表

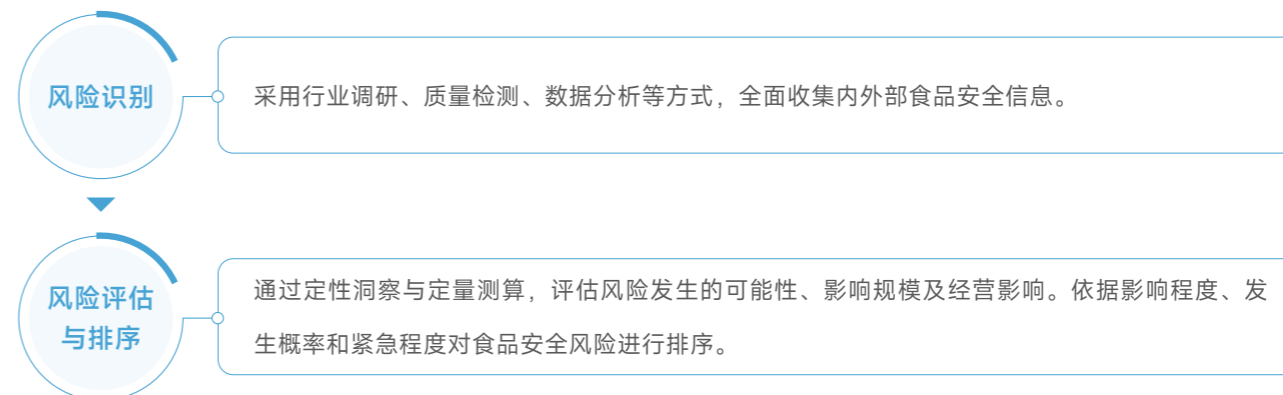
机遇类型	机遇描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
数字化机遇	通过全链路数字化品控与追溯体系、自动化、智能化制造严格控制食品安全与质量，大幅提升品控效率与风险响应速度。	中期、长期	运营	营业收入上升	整合 ERP、MES、WMS 等系统，实现数据贯通，深化生产环节数字化、推进仓储物流智能化； 提升风险管控能力：利用系统进行模拟召回与追溯演练，验证并优化应急响应流程。
品牌声誉机遇	在食品安全备受关注的背景下，长期稳定的零重大质量事故记录、权威的管理体系认证与荣誉、透明的追溯能力与主动召回演练，能够持续强化品质信任度，提升品牌美誉度和消费者忠诚度。	中期、长期	运营	营业收入上升	坚持并透明化高品质管理体系：在营销和消费者沟通中，突出其严格的品控体系与认证； 定期开展产品追溯与召回演练并向市场传递公司对质量的严肃态度； 主动披露质量安全绩效（如抽检合格率），接受社会监督。

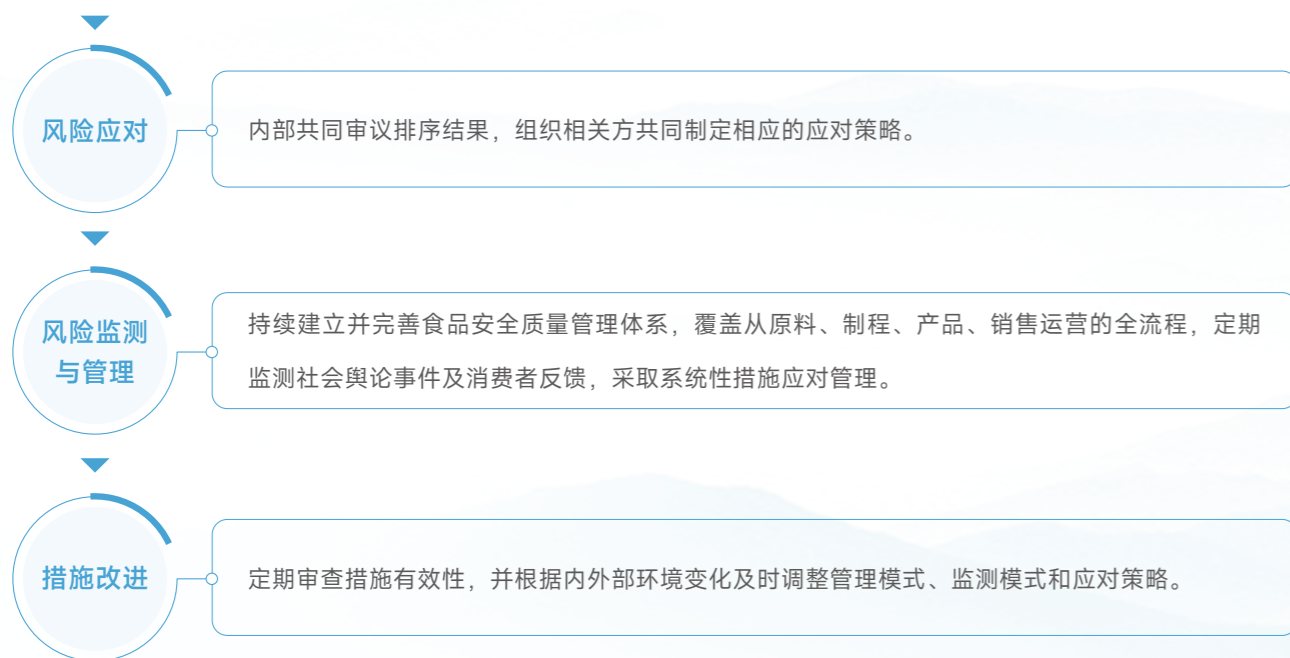
影响、风险和机遇管理

风险管理流程

食品安全与服务质量的 影响、风险与机遇管理，是企业落实主体责任、构建核心竞争力的系统性工程。它要求企业建立一套贯穿“识别、评估、应对、监测”的闭环管理流程。核心在于将食品安全风险管理深度融入日常运营，实现从被动应对到主动预防的根本转变。

食品安全与服务质量风险管理流程

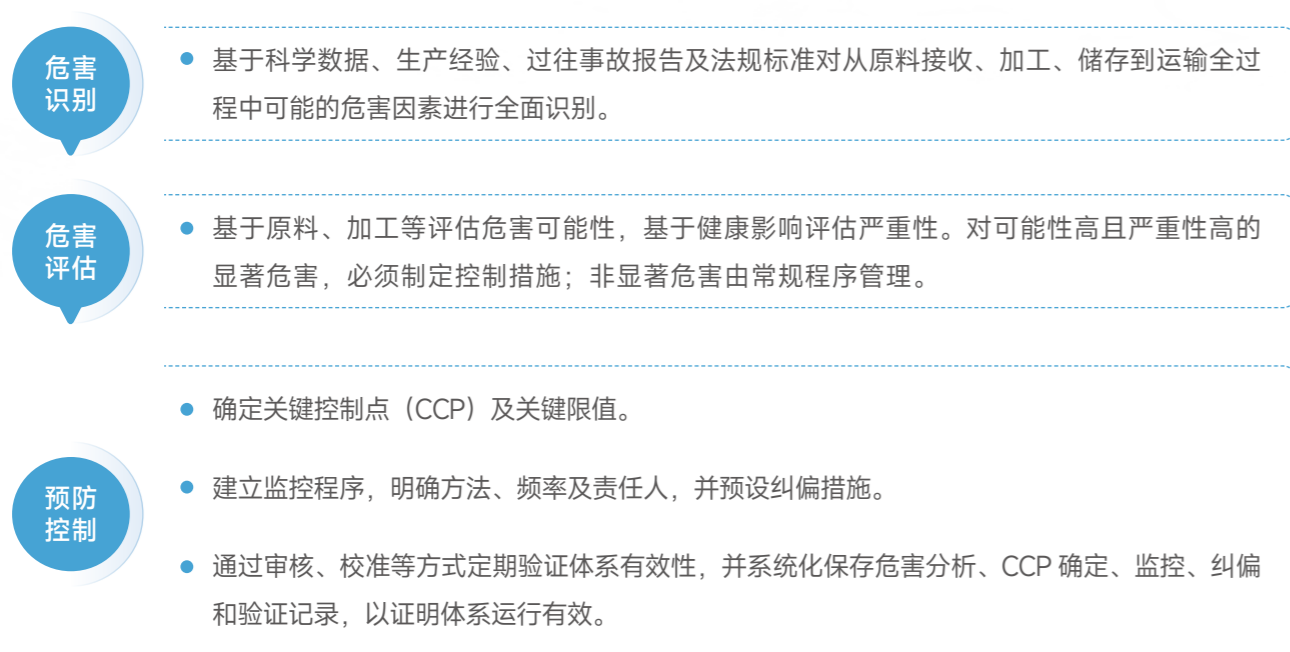




危害分析及应对

公司已建立一套结构化的食品安全制度体系对危害进行分析和应对。其中《HACCP 计划管理制度》提供系统化危害分析与管控框架；《食品欺诈预防管理制度》《过敏原管理制度》《异物管理制度》《添加剂管理制度》《生产管制品管理程序》等制度则分别针对供应链诚信、特定成分致敏风险及物理、化学污染等专项风险，形成互补性防御机制，共同确保对关键控制点的有效控制。

危害控制流程



食品安全应急响应机制

为完善食品安全治理体系、强化重大风险防控能力，公司依据国家相关法规与标准，制定了《食品安全事故应急预案》。该预案系统确立了从风险预警、监测分析到应急响应的全流程管理程序，旨在确保事故发生时能迅速启动、高效处置。通过这一体系的建立与运行，最大程度降低食品安全事故可能造成的健康危害与社会影响，切实保障消费者生命安全与身体健康，履行企业的核心社会责任。

案例 食品安全应急演练

2025 年的应急演练中，中山阳西生产基地针对模拟事件，均可实现在目标时间内对相关原料包装物、生产加工过程、半成品、成品仓储物流及一级经销商等信息的有效追踪及原因排查，全方位地保证了公司在食品安全方面的高效应急防控能力。

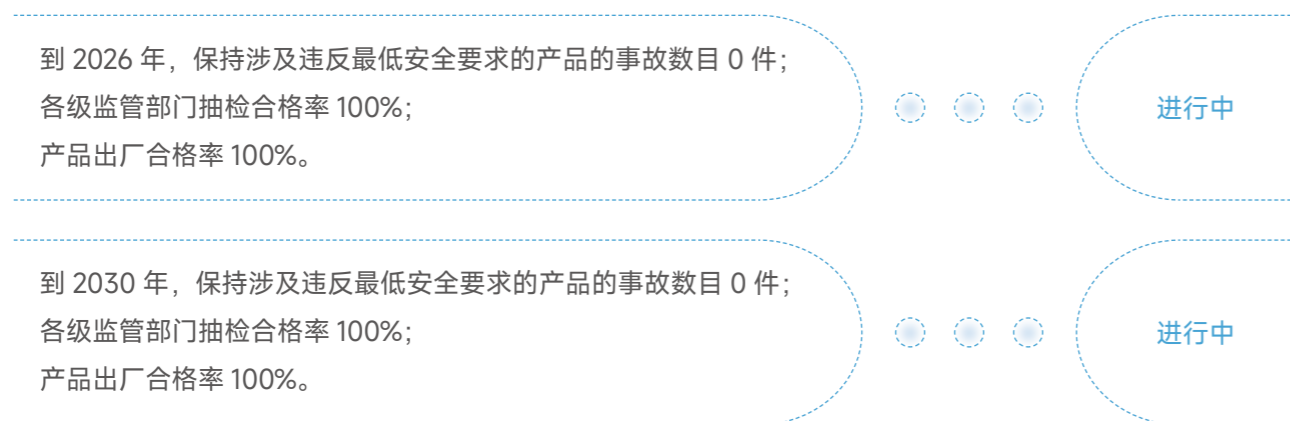
指标与目标

公司结合质量管理体系与产品管控要求，设定了质量全流程管控目标。

食品安全与服务质量 2025 年目标达成情况

目标	关键绩效指标计量	2025 年进展
食品质量安全零事故	涉及违反最低安全要求的产品的事故数目	0
产品零召回	已售产品因安全与健康理由而回收事件	0
外部抽检合格率 100%	各级监管部门抽检合格占比	100%
产品出厂合格率 100%	合格产品数占总出厂产品数的占比	100%

食品安全与服务质量下一年度及长期目标



2025 年食品安全绩效情况

100 % 产品合格率	8 次 第三方机构审核次数	6 次 年度质量内审次数
100 % 产品监督抽查合格率	0 % 产品召回率	

注：报告期内，未发生已售或已运送产品因安全与健康理由而须召回的事件。

保障食品质量与安全

全流程管控

公司坚持体系化思维，以产品全生命周期为核心，在源头用料、生产过程、产品流通等每个环节严格执行全员、全要素、全过程的质量保障体系，通过标准化、流程化、信息化的控制方法，全力保障食品安全，提高产品质量。

中炬高新生产全流程管控

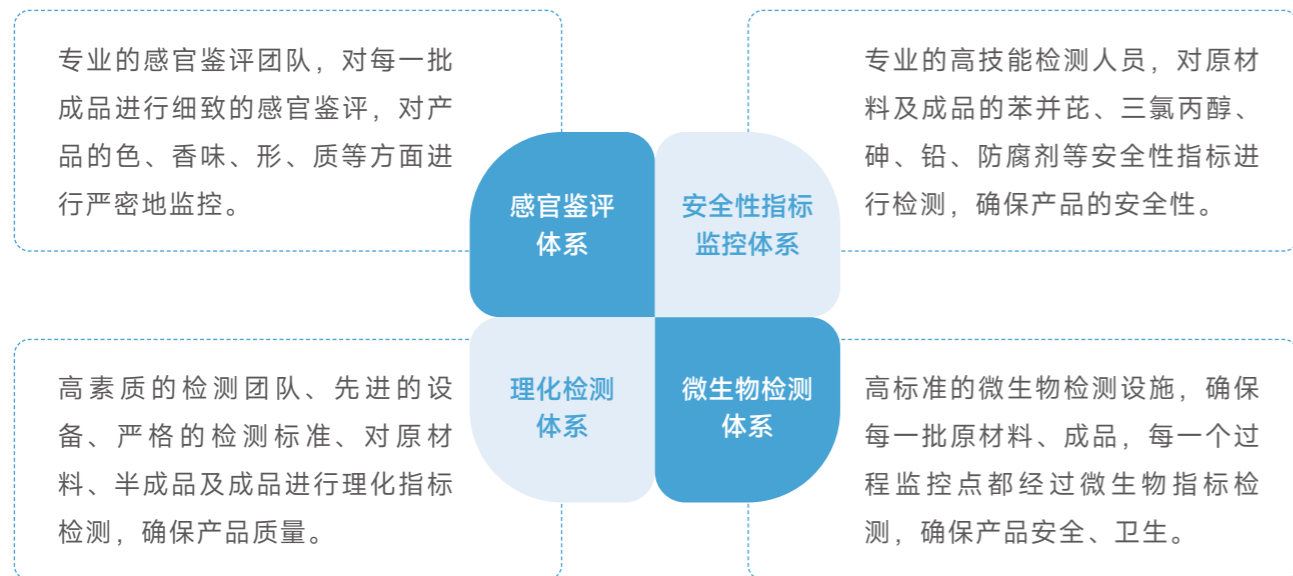


产品检测与抽样

公司始终将食品安全与环境卫生置于首位，严格执行高标准管控，建立了涵盖感官鉴评、安全指标监控、理化检验及微生物检测的四大质量检测体系，并依托先进的实验室与精密检测设备，进行感官、理化、微生物及安全指标等全面检测，为产品品质提供坚实保障。截至报告期末，美味鲜公司获得了 CNAS 国家实验室的认可。



美味鲜公司 CNAS 实验室认可证书



质量检测体系

产品追溯与召回

在产品追溯方面，公司严格执行国家《食品召回管理办法》，建立健全《产品召回管理制度》《产品追溯管理制度》及酱油、调味品专项追溯细则，配套《应急事件食品安全质量保障制度》，实现从监测、预警到应急处置的全流程覆盖。

依托信息化平台，在中山、阳西生产基地部署 MES、LIMIS、WMS、SRM 系统，秒级查询产品追溯地图，构建了一体化产品追溯平台，实现从原料采购到销售终端的双向全链路精准追溯。通过集成入库、出库、物流及渠道等关键数据，形成规范化、系统化的溯源体系，整体追溯效率提升 300%。

通过每年至少一次的全链路追溯应急演练，持续检验并提升实战响应能力。在 2025 年度演练中，各基地均快速精准定位相关原料、加工过程及成品流向，有效验证了公司在食品安全事件中的快速溯源与处置能力。

在产品召回方面，公司建立了《产品召回管理制度》，并配套《应急事件食品安全质量保障制度》，实现从监测、预警到应急处置的全流程覆盖。同时明确召回信息收集、风险评估、小组组建、实施总结等环节及部门职责，确保对潜在风险产品实现及时、有效地召回控制。

召回流程图



食品添加剂管控

公司建立了完善食品添加剂管控体系，制定了《食品添加剂管理制度》。公司要求所有食品添加剂供应商必须具备合法生产经营资质，对每批食品添加剂均进行进货查验，确保符合食品添加剂的食品安全。此外，公司对食品添加剂的添加量制定了严格的内控标准和操作规范，添加量限值严于食品安全国家标准，确保添加剂的使用准确、安全、合规。

食品安全文化建设

公司制定了《企业食品安全管理制度》，以多样化的质量培训活动为载体，不仅切实强化了员工的质量意识，促使专业技能稳步提升，而且让员工沉浸式参与学习，在学习中成长。

2025 年，公司持续强化食品安全与质量培训体系建设，采用“覆盖全员、分层实施”的组织模式：由品质管理中心统筹并重点开展管理人员培训，同时推动各业务部门根据实际岗位需求，自主开展一线操作员工技能培训。系统化、高强度的培训有效夯实了员工的专业基础，持续强化了全员的质量安全责任意识与风险防控能力，为公司整体质量治理水平的提升提供了坚实的人才保障。

关键绩效 报告期内

1,233 次	11,924 小时	15,181 人次
公司及下属子公司开展质量培训	培训总时长	总参与人次

食品信息公开

公司严格遵守国家法律法规，包括《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》(GB 7718)、《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》(GB 28050)《食品标识监督管理办法》等，并以此为基础，建立并持续完善一套科学、严谨、闭环的产品标签审核管理流程，确保标签信息 合法、真实、准确、清晰、可追溯。

案例 全国调味品行业食品质量安全大会

2025 年 6 月 26 日，公司参加全国调味品行业食品质量安全大会，响应会上发布的规范使用食品添加剂及产品标签标识倡议。公司郑重承诺履行倡议内容，接受社会监督，以实际行动落实主体责任，遵守法规，完善质量管理体系，系统提升质量管控能力，守护消费者食品安全，助力行业高质量发展。



全国调味品行业食品质量安全大会

负责任营销

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》，并建立了系统的品牌传播合规管理体系。为避免发生虚假宣传行为，公司制定了品牌管理手册（含品牌 VI 规范），明确各类广告宣传权责范围及业务流程，规范广告宣传管理工作。同时，通过制定《品牌传播及推广项目管理制度》，并依据《产品标签审核流程》和《食品标签合规审核清单》，公司系统规范了从内容创作到发布审核的全流程。

在执行层面，合作自媒体发布的内容需经业务部门审核与线下流程审批，同时法务部同步介入合同审查，前置规避法律风险。在产品标识与宣传用语上，公司始终坚持真实、透明原则，完整标注配料与营养成分，确保广告宣传合法合规。

案例 广告法专题培训：强化合规意识，践行负责任营销

2025 年 8 月，美味鲜公司组织开展了“企业广告宣传中的法律风险防控”专题培训。本次培训特邀外部专业律师担任讲师，面向市场、品控、采购等多部门员工，系统讲解了广告法规核心要求与合规实务。通过集中学习及课堂互动问答，公司旨在提升各业务环节的广告法律意识，从源头确保营销宣传的真实性、合法性。



品牌建设

公司围绕健康专业化、品质匠心化、情感家庭化三大战略主线通过明星代言、权威媒体合作和品牌 IP 活动构建了立体化的营销体系。报告期内，美味鲜公司旗下品牌“厨邦”获得中国国际广告节 2025 年度内容营销金案。

● 健康专业化

推广减盐、干净配料、有机等健康产品矩阵，推动品牌向全场景专业的产品解决方案转型；签约谢霆锋，以“鲜锋”理念打造高端调味品品牌。

● 品质匠心化

《品质中国》栏目走进公司中山生产基地，直播展示酱油从原料严选、南派酱油酿造技艺到智能化生产的全流程，公开核心工艺。通过专访非遗传承人，印证“传统工艺 + 现代科技”品控体系，强化品质匠心与品牌信誉。

● 情感家庭化

围绕“健康”与“家”的核心，打造春节“团圆家味”营销与“厨邦家庭节”IP。通过线上话题与线下活动深度融合，成功绑定健康理念与家庭情感，实现品牌共鸣与销售提升。

● 海外营销

通过国际展会、终端陈列及本土社媒推广拓展海外市场。



海外展会

客户服务

客户服务体系

公司的客户类型包括调味品生产销售板块的经销商、线上线下的商超和卖场等 C 端消费者，以及园区综合管理等板块的客户。公司针对不同类型客户识别重点管理环节、明确服务要点，制定客户服务策略，建立客户服务管理目标。

针对 C 端消费者制定了《客户投诉管理制度》，由营运管理部作为负责部门制定和修订制度，接收和流转客户投诉；针对经销商，公司制定了《经销商管理制度》，由销管部作为负责部门进行管理；针对园区管理板块客户，公司严格遵守《物业管理条例》等法律法规及运营所在地的管理条例，由子公司中炬物业负责各类园区与区域的物业管理服务。此外，各业务板块均设立专门的客户服务相关管理部门，设立客户服务管理岗位，并不断推进各项管理措施，持续优化客户服务能力，提升客户服务满意度。

客户投诉管理

公司设立专门的客户反馈渠道，建立常态化沟通机制，对客户反馈进行及时回复和处理，并持续完善产品售后与退回机制，主动开展客户满意度沟通，切实提升客户服务质效。

● C 端消费者

针对 C 端消费者服务，售后服务是公司的管理重点。公司建立 400 热线和线上公众号渠道接收消费者反馈，设立专门客户服务岗位，针对不同类型的反馈进行回复和处理。

● 园区综合管理客户

园区综合管理板块的服务内容包括厂房、宿舍、商铺、写字楼周边外围保洁、绿化、安保、公共设施维修保养、电梯维修保养、二次供电和供水服务、安全生产监督，以及包括道路交通秩序管理、治安维稳、纠纷协调等在内的社会性服务。

客户可以通过致电或微信客服人员、致电各相关责任部门人员两种途径进行投诉。客服人员会将投诉内容进行登记，根据投诉类型分派到各相关责任部门处理，跟进处理进度，形成《诉求汇总表》，及时反馈客户，并在客户回访中进一步调查客户对服务的满意度。



客户满意度调查

● 经销商客户满意度

公司以提升客户满意度为核心管理目标，持续跟踪客户满意度、质量客诉处理率等关键量化指标。2025 年，客户满意度调研共覆盖 1,426 位客户，满意度得分为 13.92 分（满分 15 分）。

● 园区管理板块客户满意度

中炬物业持续强化对租户的服务与沟通，通过定期走访主动了解客户诉求，及时收集并处理反馈，同时系统开展客户满意度调研。报告期内，已完成覆盖 154 家租户的满意度调查，内容涵盖后勤服务、安全管理、工程支持及租赁服务四大维度。调查显示，总体满意度达 4.36 分（满分 5 分），净推荐值（NPS）为 7.41 分（10 分制），表明客户对物业服务整体评价良好，关系持续稳固。

经销商管理

公司持续加强经销商服务质效，通过组建全国市场联盟管理委员会，全面加强厂商协同。公司采取了针对性投放动销资源、建立常态化沟通机制、加强“打假”管理机制、完善售后与退回流程、开展客户满意度沟通、赋能经销商和营销人员等管理措施，同时制定年度管理目标，不断完善经销商管理体系，为经销商提供优质服务，提高公司市场竞争力。

管理制度

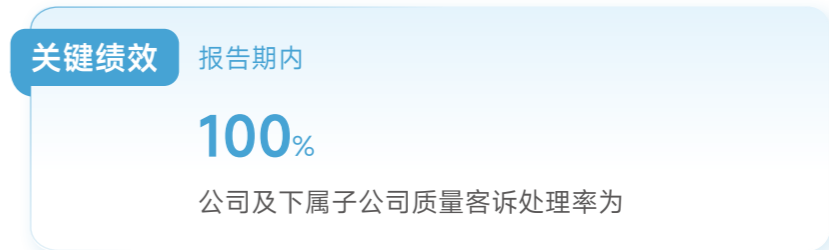
公司调味品生产销售板块的客户中经销商占比为 95%，根据经销商的经营场所及所在区域对其进行分类管理，其中，针对海外业务，经销商类型包括自营出口的海外经销商、内贸出口的国内进出口贸易商。

公司严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国电子商务法》等法律法规及运营所在地的管理条例，构建了由美味鲜公司副总经理、营销中心、事业部组成的经销商管理架构，制定了《经销商管理制度》《促销管理制度》《产品价格管理制度》等制度。

经销商管理组织架构



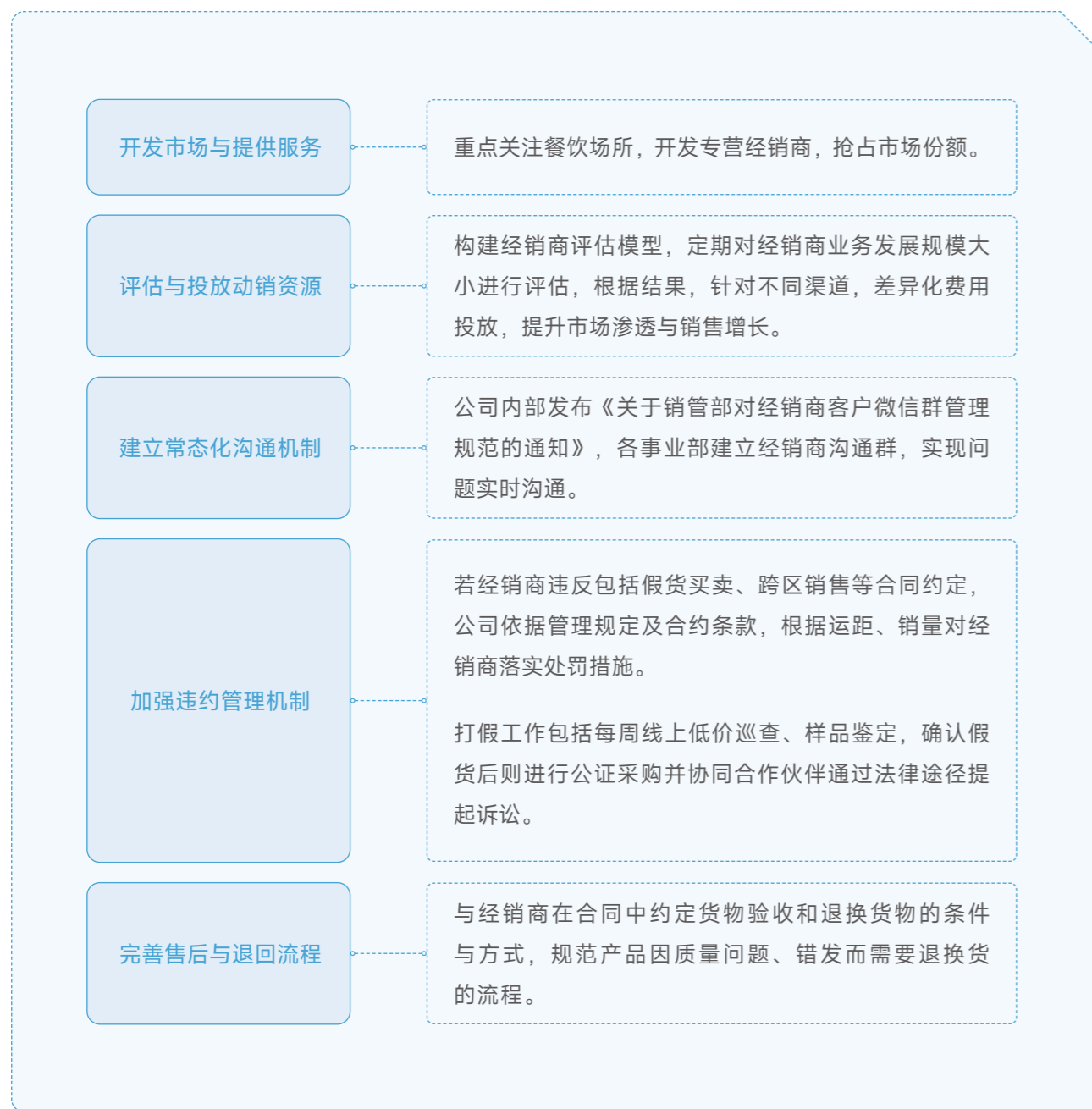
为了进一步强化经销商管理质效，公司围绕经销商销售贡献、品类组合、新品推广、渠道覆盖及库存管理等方面制定管理目标，并持续监测新客户年度发货额、质量客诉处理率等定量指标。



注：质量客诉处理率为年度内（处理周期≤30天/起）处理的质量客诉件数与质量客诉总件数的比值。

管理措施

经销商是公司连接终端市场、实现产品深度分销与业务可持续增长的重要战略伙伴。公司高度重视经销网络的稳定与拓展，通过系统化的管理与持续赋能，支持经销商实现稳健经营与共同成长。



经销商赋能

公司通过多元渠道持续赋能经销商体系：一方面，积极对接银行资源，为经销商提供灵活、多样的信贷支持，缓解其资金压力；另一方面，定期组织经销商会议，精选优秀案例进行分享交流，并开展专项培训，全方位提升经销商的经营能力与市场竞争力。



案例 全国市场联盟管理委员会成立大会

2025 年 11 月，美味鲜公司在厦门召开全国市场联盟管理委员会成立大会，标志着厂商关系进入“共商、共建、共创、共管”的体系化共治新阶段。公司从“管理者”转型为“平台支持者”，通过制度赋权让经销商参与本地市场决策。会议明确了“一个团队”的文化承诺与 2026 年战略，旨在从“利润分配”转向“价值共创”，构建高效共赢的厂商共生典范。



关键绩效 报告期内

2 场
公司及下属子公司开展经销商培训

100 人次
参与培训

1,149 小时
总时长

负责任供应链

供应链管理体系

中炬高新严格遵照《制造业企业供应链管理提升指南（试行）》等法律法规及管理条例，建立起一套全面覆盖供应商全生命周期的闭环管理体系，以《采购管理制度》为总纲领，以《采购部供应商管理细则》及六大品类《供应商考核实施细则》为执行依据，系统整合了寻源准入、考核评估、维护赋能与退出的全流程专项机制，形成了制度健全、责任明确、流程闭环的供应商管理。

由公司主要经营管理层组成的采购委员会为最高决策机构，采购管理中心负责管理采购工作，采购部落实具体采购工作，不断完善供应链管理及保障措施，多措并举提升企业供应链管理水平。报告期内，供应链环节中未有重大风险与影响的事件发生。



公司高度重视采购团队的专业素养与综合能力建设，通过系统化、多层次的培训体系持续强化人才梯队。在内部，公司定期开展专题培训，夯实采购专业知识，并着重强调廉洁从业规范。2025 年，公司举办“四个重塑与行业对标”行动学习研讨会，推动团队统一变革共识；开设信息管理专项课程，提升高效获取、筛选与传递行业信息的数字化能力；组织代工业务实战分享，从生产、成本、质量及客户协同等多维度融入项目管理方法；开展读书研讨会，系统解析目标管理方法论，提供从战略规划到执行落地的实用工具。此外，公司还积极引入外部专家资源，开展采购专业深度培训，进一步拓宽团队视野，赋能采购业务高质量发展。



采购部内部培训

供应链风险管理

为全面提升供应链韧性，预防因自然灾害等不可抗力导致的供应中断，公司建立并持续完善系统的供应链风险管理机制。该机制涵盖风险识别、评估、监控与应对全流程，通过布局多元供应渠道、加强库存动态管理及与关键供应商建立协同预警机制等措施，构建柔性、可靠的供应链体系，以保障生产经营的连续性与稳定性。

供应链风险管理流程



供应商全生命周期管理

公司将供应商划分为潜在、备选、合格三大类，并系统地构建了从寻源、准入、考核评估、维护赋能到退出的完整管理闭环。

● 供应商寻源与准入

供应商开发通过行业展会、网络平台、合作伙伴推荐及自荐等多渠道进行。在准入阶段，公司根据物料品类与供应商类型，启用 18 份差异化的评审表格，评审形式主要分为资质评审、现场评审两类。现场评审是关键环节，重点从生产环境、过程控制、可追溯性等十个维度对质量风险进行识别与评价。

商务管理准入评审则结构化为十大模块，涵盖供应商概况、资质、仓储、生产、质量、销售、服务、研发、办公及环保管理。其中，资质模块核查营业执照等法定文件；仓储、质量、办公模块重点关注职业健康与安全措施的落实；生产模块评估工艺技术与产线设置的合理性；环保管理模块包含一票否决项，严格审查排污许可证等强制性资质。

最终的准入判定遵循明确标准：供应商必须资质齐全，且现场评审各模块得分均须高于准入分数线，以此确保引入的合作伙伴在合规、质量、安全与环境责任等方面均能满足公司的严格要求。

● 供应商考核

公司对合作供应商实施基于季度与年度的动态考核管理体系，以实现对其绩效的持续监控与闭环管理。在合作期间，每季度会从质量表现、供应保障、服务水平三大核心维度出发，进行跨部门协同的量化评估，并设有特别加分与扣分项。依据考核得分，将供应商划分为优、良等多个等级，并据此采取差异化的管理策略。

该考核结果在季度与年度两个层面得到直接应用，形成动态管理循环。在季度层面，会根据等级进行升 / 降级动态调整，并向待改进供应商发出整改要求，必要时采取暂停供货乃至淘汰等措施，实现快速响应。在年度层面，则会综合各季度考核的累计结果，对供应商的合作进行更深入的调节，通过订单份额分配、付款账期浮动、合作品类增减等实质性措施，实施有效的激励或约束。这一体系确保了供应商绩效与公司资源分配、合作深度紧密联动，持续驱动供应链整体绩效的提升与优化。

● 供应商淘汰与退出

公司设立供应商不合格整改机制：未达标者给予整改期；若整改不合格，则 2 年内不再接受其准入申请。

供应商 ESG 管理

廉洁供应链

为构建清正透明、互信共赢的供应链合作生态，公司系统推进内外部廉洁合规体系建设，涵盖供应商协同与内部治理双线并进。

在供应商协同方面，公司组织供应商签署《阳光承诺》。《阳光承诺》明确合作中的行为规范与合规底线，传递双方对品质、责任与可持续发展的共同承诺。同时，优化主要物料采购模式，推行以公开采购、邀请采购、询比价及直接采购相结合的阳光化采购策略，进一步规范流程、提升效率。

在内部治理层面，公司聚焦采购等重点岗位廉洁风险防控，组织开展专项警示教育。采购部门率先召开廉洁警示大会，要求关键岗位人员公开作出廉洁承诺并签署《廉洁自律承诺书》，强化“严守底线、清白履职”的纪律意识与文化自觉，筑牢内控防线。通过内外联动、机制与教育并举，公司持续营造风清气正、健康可持续的供应链合作环境。

关键绩效 报告期内

100%

公司及下属子公司核心物料供应商《阳光承诺》签署率达

100%

关键岗位员工《廉洁自律承诺书》签署率

责任供应链

公司积极与供应商共建可持续供应链，优先选择通过质量体系认证的供应商外，公司计划自 2026 年起，在供应商准入评审环节正式引入独立的 ESG 评估加分项，构建起一个覆盖环境、社会与治理三大维度的结构化评估框架。在环境责任方面，评估将重点关注供应商是否取得相关环保认证、能耗与资源管理水平、废弃物处理成效以及是否构建了绿色供应链体系。社会责任维度主要考察员工权益保障、职业健康安全措施，以及与所在社区、农户等利益相关方的关系。公司治理部分则涉及商业道德、合规经营以及供应商自身的 ESG 管理体系与信息披露情况。每个维度均设定了具体、可衡量的评分标准，从而系统性地激励和筛选出在可持续发展方面表现更优的合作伙伴。

中炬高新 2025 年供应商可持续认证情况



此外，公司一直坚持采购非转基因大豆，采购了有机大豆、糯米、小麦。报告期内，原材料供应商中有 1 家获得了原料有机产品认证，有 13 家供应商发布 ESG 报告或推进 ESG 工作。

供应商培训

为深化供应商可持续发展伙伴关系，公司系统开展理念共识与能力建设行动。通过组织供应商大会宣导阳光采购、开展质量安全专项培训、协同整改现场管理问题等方式，向供应商赋能，致力于构建“共创、共享、共赢”的供应链生态。报告期内，面向重点备件服务供应商开展多场质量自检专项培训，覆盖多家供应商的核心岗位人员。



供应商大会

关键绩效 报告期内

3 次

公司及下属子公司针对供应商开展 ESG 培训

5.5 小时

总时长

15 家

覆盖供应商

平等对待中小企业

公司秉持与产业链中小企业协同发展、共生共荣的理念，恪守商业信用，严格履行合同义务。为保障合作稳定，公司内部已建立规范的付款管理制度，明确账期分类标准，并与供应商在合同中予以确认，从流程上确保付款的及时性与确定性，杜绝逾期支付。在账期执行上，公司严格依据物料类型统一设定，对所有供应商均公平对待，不因企业规模而实行差异化政策，积极维护健康、可持续的供应链生态。

数据安全与客户隐私保护

数据安全与隐私管理

中炬高新主要涉及数据安全与客户隐私的运营环节包括用户注册登录、访客登记等，数据及客户隐私信息类别涵盖姓名、身份证号等个人身份信息以及电话号码、电子邮箱等联系方式。

公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规及管理条例，制定《信息安全管理与隐私保护制度》等制度，建立由具备信息安全技术背景的人员组成的数据安全与隐私管理团队，负责制定政策、实施监控、响应事件以及定期评估管理体系的有效性，筑牢信息安全坚固防线。公司计划于 2026 年开展 ISO 27001 信息安全管理体系认证。截至报告期末，公司 OA 系统已通过国家信息安全等级保护二级认证。

数据安全应急管理

为应对各类信息安全突发事件、确保业务连续性，美味鲜公司建立了一套系统化的业务连续性计划。该计划通过预设分级响应与冗余机制，针对机房、核心网络及基础架构等不同层级的故障场景采取针对性措施，以最大限度减少业务中断时间与损失。在机房层级，预案涵盖市电中断时的发电机启用、UPS 或空调故障的应急切换。在核心网络层级，通过备用线路与冗余设备保障通信。在基础架构层级，利用高可用集群与存储多路径维持业务运行，形成从物理设施到应用的纵深防御体系。此外，公司定期开展演练验证，所有冗余与响应机制均有效执行，业务中断时间受控，数据完整性与连续性得到保障。

数据安全与客户隐私保护措施

为系统化提升数据安全与客户隐私保护水平，公司建立了涵盖制度、考核与文化的综合管理体系。在考核机制上，公司将数据安全相关指标纳入管理人员绩效 KPI，通过业务系统量化监测数据泄露数量、网络故障时长、安全问题关闭率等，结合防护效果与过程合规性进行客观评价，确保管理责任落到实处。在意识培养上，公司不定期组织全员信息安全培训，持续强化员工的风险防范与合规操作意识。此外，公司同步落实了多项技术与管理措施，全面保障数据资产安全与客户隐私。报告期内，公司未发生客户隐私泄露事件，也未收到涉及客户信息丢失或侵权的相关投诉，整体安全态势平稳可控。

数据安全保护措施

强化内部
防范技术

采用了先进的加密技术和防火墙来保护系统免受外部攻击。

加强用户
权限审查

审查用户对信息系统的访问权限，确保只有授权人员能够访问敏感数据，从而减少潜在的安全风险。

开展员工
意识宣导

通过 OA 系统发布信息安全相关的文章，广泛宣传信息安全的重要性及具体防范措施。

推进内外
部审查

公司定期对网络安全设备和系统服务器开展全面的安全审查，并对业务体系开展第三方审计工作，针对发现的问题及时采取改进措施，持续完善现有信息安全管理体系统。



案例

信息安全培训

2025 年 8 月 22 日，公司组织开展了全员信息安全专题培训，旨在提升员工防范信息泄露与电信诈骗的意识。培训由内部讲师主讲，内容覆盖个人网络安全、公司信息保护等关键领域。通过 1 学时的综合讲解与互动，参训人员掌握了实用的安全防范技能。培训后效果评估综合得分为 92 分（满分 100），学员在教材设计、讲师水平及培训组织等方面均给予高度评价，有效强化了公司的整体信息安全防线。

关键绩效 报告期内

2 场

公司及下属子公司开展数据安全与客户隐私保护相关培训

667 小时

总时长

667 人

参与培训总人数

03

绿酿减排 护佑生态



本章所响应的 SDGs



本章所涉及的 ESG 重要议题

- 环境合规管理
- 能源利用
- 应对气候变化
- 水资源利用
- 污染物排放
- 废弃物处理
- 循环经济
- 生态系统和生物多样性保护

应对气候变化

治理

中炬高新积极践行可持续发展理念，根据应对气候变化管理要求，搭建了以董事会和董事会战略与可持续发展委员会共同管理的气候变化治理组织架构。董事会及董事会战略与可持续发展委员会负责气候相关政策、策略与目标审定；下设可持续发展领导小组负责气候变化风险管理，并定期向董事会汇报气候变化相关风险与机遇管理的工作情况；公司及子公司职能部门负责落实气候变化相关管理举措。



应对气候变化培训

报告期内，公司面向管理人员组织开展了应对气候变化战略的专项培训，深入宣贯国家碳达峰、碳中和相关政策，系统讲解减碳行动的实施路径与关键方向，有效提升了管理层对碳排放管理的认知水平及推动绿色低碳转型的战略意识。

战略

气候变化风险与机遇清单

应对气候变化议题风险识别评估表

风险类型	风险描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
物理风险 急性风险	气候变化导致台风频率上升，台风引起狂风、暴雨、风暴潮等灾害，破坏工厂基础设施/生产设备，导致公司停产，影响产量，增加设备维修和重建成本；对产品供应链中的供应商生产/运输过程产生影响，造成延迟供应。	短期	上游	运营成本增加、营业收入减少	建立健全应急管理机制，制定应急预案； 对重要设备采取加固、防护等保护措施； 通过与不同地区的供应商建立合作关系，减少对单一供应源的依赖，以应对局部气候风险。

风险类型	风险描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施	
物理风险 慢性风险	全球气候变暖引发海平面上升，导致极端高温，影响相关原材料的生长周期，导致产量下降；工厂设备的冷却需要更多水和电，影响整体冷却效率。	中期	上游运营	运营成本增加、营业收入减少	对于需要长途运输的物料，公司通过调整库存及建立备用供应商的方式，提高了产品运输管理的抗风险能力和稳定性； 逐步引入新工艺冷却设备，提高冷却效率。	
转型风险	政策风险	政府对于环境的法律法规日趋严格，对气候相关信息披露的及时性、准确性、透明性等要求将逐步提高。	长期	运营	运营成本增加	及时关注、严格遵守相关法律法规； 持续关注监管机构、投资机构等对温室气体排放的披露要求，加强应对气候变化相关的信息披露。
	技术风险	政府对于环境的管控要求日趋严格，要求企业减少碳排放，提高能源效率。	长期	运营	运营成本增加	持续推进科技创新，积极开展与科研院所的合作，加强碳减排技术的研究与应用。
	市场风险	消费者对绿色环保产品的需求增加，市场对低碳足迹的产品偏好增强，市场竞争加剧。	长期	下游	营业收入减少	开发符合可持续发展趋势的新产品，开发低盐健康产品，并通过降低生产环节的能耗、采用绿色包装等形式降低产品碳排放； 关注消费者需求，研发环境友好产品。

应对气候变化议题机遇识别评估表

机遇类型	机遇描述	影响的时间范围	影响的价值链环节	潜在财务影响	应对措施
资源效率与能源转型	在生产运营中引入光伏发电等可再生能源，优化能源结构。这不仅可以降低对传统化石能源的依赖，减少自身运营碳排放，还可享受政府相关补贴或政策激励，从而降低中长期能源成本。	短期、中期	运营	运营成本降低	引入可再生能源项目：评估并推进厂区光伏发电等清洁能源项目，提高绿色电力使用比例； 优化能源管理：通过优化生产流程、提升设备能源效率（如推进生产数字化转型），系统性降低单位产品能耗； 争取政策支持：积极了解和申请政府关于新能源应用、节能改造的补贴或税收优惠，降低转型成本。

气候转型计划

公司致力于通过能源结构优化与生产工艺升级双路径推动低碳转型。在能源替代方面，公司计划大幅增加光伏发电等清洁能源的应用比例，并逐步替代传统化石能源产生的蒸汽，从根本上降低间接碳排放。在工艺改进层面，公司将引入并推广热泵等高效节能技术，重点对生产过程中的余热进行回收利用，提升整体能源使用效率，从而减少直接碳排放。这些举措系统性降低运营碳足迹，优化能源成本结构，并增强企业应对气候相关转型风险的韧性。

影响、风险和机遇管理

公司建立并不断完善气候相关影响、风险与机遇的识别、评估及管理流程，将其系统融入公司现有风险管理体系。公司定期开展气候风险评估，分析其对公司业务、财务的潜在影响，并据此动态调整应对策略与发展规划。通过制定应急预案、强化管理措施，公司持续提升对气候变化的适应与应对能力，以更主动、更系统的方式管理气候相关风险，把握绿色转型机遇。

应对气候变化风险评估流程



风险识别

基于 TCFD 框架，结合业务布局与地理特征，系统识别气候物理风险、转型风险及潜在机遇。



风险评价

从发生概率与财务影响量级双重维度，综合评估风险与机遇的重要程度。



风险应对措施

针对关键议题，制定科学减排目标，落实适应性改造与低碳转型专项措施。

指标与目标

公司积极承诺将业务实践与国家“双碳”目标的实现保持一致。公司通过升级产业结构，优化能源结构、提高能源效率、增强应对气候变化能力与减污降碳协同，力争到 2030 年实现碳排放量明显下降。

温室气体排放下一年度及长期目标

- 进行中** 到 2026 年，范围一和范围二的温室气体排放强度不高于 0.14 吨 / 万元营收。
- 进行中** 到 2030 年，范围一和范围二的的温室气体排放强度不高于 0.13 吨 / 万元营收。

温室气体排放种类 2025 年排放情况

指标	单位	2025 年
直接温室气体排放 (范围一)	吨二氧化碳当量	32,629.20
间接温室气体排放 (范围二)	吨二氧化碳当量	37,196.13
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	69,825.33
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	16.63

注 1: 范围一的各能源的温室气体排放因子主要参考《中国食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体核算方法与报告指南》及《省级温室气体清单编制指南》的各缺省值。

注 2: 水煤浆低位发热值由公司检测中心测算。因水煤浆中煤粉主要为烟煤，单位热值含碳量参考《省级温室气体清单编制指南》中一般烟煤单位热值含碳量 (26.1-26.7tC/TJ) 的最低缺省值进行保守估计。碳氧化率参考《省级温室气体清单编制指南》其他行业设备碳氧化率的缺省值 (100%)。

注 3: 范围二的外购电力产生温室气体的计算涉及的排放因子参考生态环境部、国家统计局发布的《关于发布 2023 年电力排放因子的公告》。

注 4: 本表格所披露的碳排放相关数据，由公司自主测算形成，未经第三方机构核查。



温室气体排放管理

公司温室气体排放源集中于水煤浆与天然气锅炉燃烧过程，以二氧化碳（CO₂）为主。公司正加速推进“天然气替代水煤浆”的能源结构优化项目，并持续深化低氮燃烧技术的应用与系统升级。在技术层面，通过引入烟气再循环（FGR）等低氮燃烧工艺，将低温烟气回注燃烧区以抑制火焰峰值温度。这一举措不仅显著降低了氮氧化物排放，更通过提升燃烧效率减少了燃料消耗，从而直接削减了二氧化碳（CO₂）排放量，并有效抑制了氧化亚氮（N₂O）及甲烷（CH₄）等非二氧化碳温室气体的生成，实现了大气污染物与温室气体的协同减排。在物流运输环节，公司全面践行绿色理念：厂内作业已大规模普及新能源叉车，实现清洁作业；对外运输则通过高效路径规划，积极推动“陆转水”多式联运，降低运输碳足迹。展望未来，公司将启动产品碳足迹认证工作，以实际行动响应国家“双碳”号召，构建全生命周期的绿色低碳竞争力。

绿色运营

清洁能源使用

公司积极引进清洁能源使用，系统性优化能源结构。公司确保购买的蒸汽均由天然气燃烧产生，积极使用光伏发电，减少碳足迹对环境的影响。同时，公司扩大交易绿色电力规模，报告期内公司共交易绿色电力证书 15,383 兆瓦时。



绿色电力证书交易凭证

关键绩效 报告期内



11,461.80 吨标准煤
公司清洁能源使用总量

44.84%
清洁能源使用占比

绿色办公

公司积极推进绿色办公与节能降耗，通过全面推行信息化系统与无纸化流程，逐步替代传统纸质记录与审批，并引入 MES 系统实现生产线数据采集与传递的数字化，显著减少了纸张使用。在节能方面，公司在厂区设计中注重自然采光优化，如设置透明屋顶以降低白天照明能耗，并将主要照明设备升级为 LED 节能光源；同时，在关键用水点安装感应水龙头，实现智能化节水。此外，公司持续开展节约化办公宣传与实践活动，倡导双面打印、减少一次性用品、优化资源使用等行为，引导员工养成绿色办公习惯，全面提升全员的环保意识和可持续发展责任感。

环境合规管理

环境管理体系与制度

中炬高新重视环境管理工作，严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等相关法律法规，制定并持续完善《环境保护责任制度》《环境信息披露及定期报告制度》《环境监测管理制度》《污水排放监测管理制度》《危险废物管理制度》等制度，建立环境管理体系，不断加强生产运营过程中的环境合规管理。

公司构建了一套自上而下的环境管理架构，公司副总经理负责环境管理相关工作，EHS 部负责公司的环境监督管理工作，EHS 部和技术团队为下属子公司提供支持与监督，确保制度的有效执行。各生产基地成立专门的环境监督管理部门，负责监督基地各部门环境管理工作的落实。

报告期内，公司下属子公司阳西美味鲜获得“无废工厂”称号，公司及下属子公司未发生突发环境事件及因环境事件受到生态环境等有关部门行政处罚或被追究刑事责任的情况。

关键绩效 报告期内

 **1,382.89** 万元
公司环保投入

0.33 %
占营业收入

环境风险管理

环境风险管理流程

公司制定《突发环境事件风险评估制度》，规定了突发环境事件风险的识别、评估、监测与管理步骤，确保对公司生产运营中可能引发的突发性环境污染事件各类风险源与关键环节进行全面、动态、闭环管控。

风险识别 依据《企业突发环境事件风险分级方法》（HJ 941-2018），结合现场巡查、工艺流程分析、风险物质清单梳理等方式，系统识别企业在生产、储存、运输、废弃物处置等环节中存在的环境风险源、传播路径及周边敏感受体。

风险评估 对已识别的风险，从“发生可能性”与“后果严重性”两个维度进行定性或定量评估，结合《企业突发环境事件风险分级方法》（HJ 941-2018）划定风险等级，并筛选出需优先管控的重大环境风险点。

风险监测 对重大环境风险点及关键绩效指标（如污染物排放浓度、应急物资储备量等）建立常态化监测机制，通过自动监控设备与人工巡检相结合的方式，实现数据实时跟踪与趋势预警。

风险管理 根据风险评估与监测结果，制定并实施针对性的风险控制措施、整改方案及应急预案。通过技术改造、操作规范优化、应急演练及员工培训等手段，持续降低风险等级，并定期评审管理措施的有效性。

环境应急预案及演练

公司聚焦环境风险防控，扎实推进环保应急管理体系建设。公司建立并持续完善《突发环境事件风险评估制度》《突发环境事件应急预案》等制度，设置环境应急管理和保障机制，不断提升应对突发环境风险的能力。

为提高公司人员应急处理能力，公司每年组织员工进行应急预案演练。每次演练前均配套开展针对性环保应急知识培训，内容涵盖泄漏处置流程、应急物资使用、信息报告机制及次生污染防治等关键环节。通过“训演结合”模式，有效检验并提升了员工应急响应能力、协同处置效率和突发环境事件防控水平。



环境应急预案演练

关键绩效 报告期内

4 场次
公司组织开展危险废物泄漏应急演练

2 场次
生产废水泄漏应急演练

1 场次
消防废水泄漏应急演练

7 场次
环保应急演练次数

115 人次
覆盖员工

173 小时
环保应急演练累计时长

环境隐患排查

公司每年进行环境监测，持续优化生产过程，降低潜在风险。报告期内，公司系统梳理废水、废气、固废等重点领域风险点 75 项，建立动态隐患管控清单，推动各部门开展自查自改。同时，公司围绕固废管理、雨污管网等关键环节开展专项排查，累计发现并整改隐患 77 项，切实提高公司环境保护能力。

环境影响评价

公司始终恪守环保法律法规，严格执行建设项目环境保护“三同时”制度，并依据《建设项目环境保护管理条例》规范履行环境影响评价手续。通过构建系统化的环境管理体系，公司将环评批复中的各项污染防治要求深度融入项目建设与运营的全生命周期，确保措施落地见效。报告期内，公司所有在建及运营项目均依法完成了环境影响评价审批，确保项目全周期的合法合规运行。

环保培训与宣贯

公司高度重视环保能力建设，紧密围绕 ESG 治理要求，系统开展环保专题培训，着力提升管理团队与一线人员的环保意识与实践能力。全年聚焦环保法律法规、废水处理、废气处理、固废处理等重点领域，开展了形式多样、内容扎实的系列培训。课程结合国家最新环保政策与公司实际生产流程，注重理论与实践融合，切实增强了员工在污染物全过程管控、规范操作及环境风险预防等方面的综合能力。通过建立常态化、专业化的培训机制，不断巩固绿色运营基础，积极践行企业环境责任，有效推动 ESG 理念落到实处、取得实效。



环保培训

关键绩效 报告期内

14 次

公司开展环保安全培训

488 人次

培训覆盖员工

506.50 小时

总培训时长

三废管理

废水管理

公司主要废水来源为生活和生产的废水，废水污染物主要为化学需氧量和氨氮。公司在废水排放管理方面制定了《污水排放监测管理制度》《雨水污水管网管理制度》等相关制度，从源头废水减排控制、生产排水监测、终端稳定处理三个维度搭建了废水管理体系。公司采用“IC 厌氧 / 水解酸化 + A2O”工艺等措施，保障满足生产废水处理量的同时，确保处理后废水达标排放。公司共拥有废水处置设施 3 套，报告期内均正常运行。

废水和废水污染物排放情况

指标	单位	2025 年
废水排放量	吨	1,383,756.00
废水处理量	吨	1,383,756.00
废水排放强度	吨 / 百万元	329.47
化学需氧量 (COD)	吨	95.56
氨氮 (NH ₃ -N)	吨	1.83

为推动废水源头减排与末端治理协同增效，公司实施了一系列技术升级与流程优化措施。公司下属子公司厨邦食品通过对发酵罐、圆盘等设备设施的清洗方式进行优化，实现年减少污水排放 10,000 吨，并通过工艺水回用每年节约用水 8,000 吨。美味鲜公司则将发酵过程中的冷却水进行回收用于清洗，实现日均减少污水排放约 100 吨。报告期内，公司废水排放达标率为 100%，公司 2025 年废水处理目标已完成。

废水管理目标

公司	2025 年目标	完成情况
美味鲜公司	化学需氧量和氨氮年排放总量不超过 2,000 吨	完成
厨邦食品	化学需氧量和氨氮年排放总量不超过 500 吨	完成

废气管理

公司主要废气排放源集中于锅炉燃烧及污水处理环节，污染物主要为氮氧化物、二氧化硫和颗粒物。公司制定《环境保护设施管理制度》等废气相关制度，规范废气管理。在治理技术上，公司采取“源头密封收集 + 多级深度净化”的组合策略：通过密封收集，并综合运用喷淋洗涤、生物除臭、活性炭吸附及静电除油等先进工艺，对废气进行高效净化，显著降低污染物排放浓度。报告期内，公司所有废气治理设施均保持 100% 正常运行状态，确保各项排放指标稳定达标。

废气和废气污染物排放情况



公司持续推进污染物治理设施的技改升级与废气处理工艺的优化迭代。通过优化实验室有机废气治理措施等关键工程，显著提升了废气深度治理能力，有效降低了生产经营对环境的外部影响。在排放绩效方面，公司所有锅炉废气排放浓度均大幅低于国家及地方各类污染物排放标准限值。其中美味鲜公司的天然气锅炉，经中山市市场监督管理局评定为中山市 A 级锅炉。

关键绩效 报告期内

100%
公司废气排放达标率

废弃物管理

公司产生的无害废弃物主要源自办公运营与生产制造环节，涵盖废包装材料、废旧纸张、废玻璃等一般固废。公司秉持“源头减量、资源优先”的管理原则，着力推进无害废弃物的源头减量与资源化利用。在源头控制上，通过革新生产工艺、优化产品结构，从根源上削减废弃物产生量；在末端处置上，实施精细化分类回收与无害化处理，显著提升资源综合利用率。例如，废弃包装物经回收后实现资源再生；生产中的五金废料交由专业公司分选处理，重新进入资源循环；副产品经无害化加工可转化为饲料原料；厨余等有机废弃物则被转化为绿色肥料，用于支持农业生产。公司通过系统化的废弃物管理，有效促进资源的循环利用，减少环境负荷。

在有害废弃物管理方面，公司制定并严格执行《危险废物贮存管理制度》，全面落实危废污染防治责任制。公司实施危险废物“产生—收集—贮存—运输—处置”的全流程闭环管控，确保各环节可追溯、无遗漏。在末端处置上，坚持“合规转移、专业处置”原则，委托具备相应资质的第三方专业机构进行规范化无害化处理，最大限度降低其对环境的潜在影响。

废弃物产生、处置、回收情况

指标	单位	2025 年
废弃物产生量	吨	14,696.32
其中：有害废弃物	吨	24.32
无害废弃物	吨	14,672.00
废弃物处置量	吨	14,696.32
其中：有害废弃物	吨	24.32
无害废弃物	吨	14,672.00
回收再利用无害废弃物总量	吨	14,672.00
无害废弃物回收利用率	%	100

注：有害废弃物处置方式为委托第三方专业机构处置，无害废弃物处置方式为委外综合利用。

关键绩效 报告期内

100%
公司无害和有害废弃物合规处置率

资源利用

中炬高新高度重视资源的高效与可持续利用，将节约资源、绿色运营深度融入发展战略，系统推进能源结构优化与能效提升，强化水资源循环利用与集约管理，并在原材料采购与产品包装环节全面贯彻减量化、可再生与可循环原则，通过全流程的资源精细化管理推动企业运营与生态环境的和谐发展。

能源利用

能源管理体系

公司贯彻“节能优先、效率为本、方案先行”的能源管理方针，遵循《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，制定《能源管理手册》等内部制度，构建完善的能源管理体系，持续推进公司能源管理，提高能源使用效率。公司成立由总经理担任组长的能源管理领导小组，统筹规划公司的能源管理工作，并负责能源使用的监督和节能工作的规划；下设能源计量组和能源审核组，分别负责能源数据的统计和分析；各部门落实能源管理工作。

公司设立“提高能源使用效率”“提高清洁能源使用占比”等定性管理目标，为实现碳达峰、碳中和目标贡献自身力量。



案例 美味鲜公司空压机节能培训



2025年3月24日，美味鲜公司特邀外部专家为员工开展了空压机节能专题培训。培训内容涵盖了空压机的工作原理、系统结构和日常巡检方法，并重点讲解了空压机系统的节能途径，以及安全风险识别与评估要点。通过此次培训，员工进一步增强了节能意识，为在实际生产中落实节能措施提供了有力支持。

节能措施

公司致力于系统化推进节能降耗，将节能理念贯穿于运营全过程。公司引入高效节能设备、淘汰升级高能耗资产、积极应用清洁能源，并辅以全员节能意识培训，多管齐下，确保节能目标落到实处，实现能效的持续提升。公司每年接受能耗限额标准达标情况节能检查，对公司生产、能源计量台账、能源制度、节能设施等进行检查，确保公司能源体系运行有效、能源设施节能可控。



螺杆式风冷热泵机

公司节能措施与节能效果

节能措施

引入螺杆式风冷热泵机

在日式控温工艺引入 2 台螺杆式风冷热泵机。

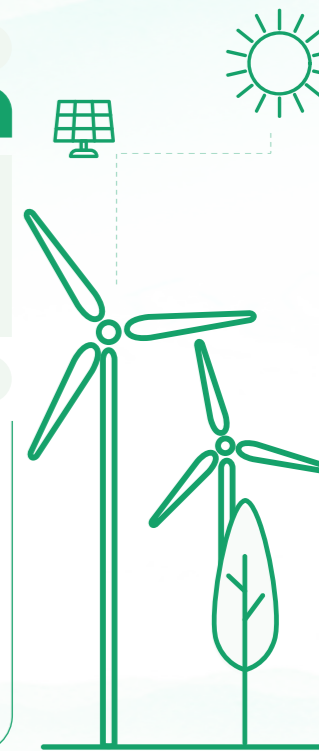
更换磁悬浮鼓风机

直接淘汰技术落后和能耗高的罗茨风机，寻找更节能、噪音更低、效率更高的磁悬浮风机。

节能效果

经现场数据统计验证，热泵热水制备较原蒸汽工艺节能率达 23%，年节约蒸汽费用 12 万元。

磁悬浮鼓风机 1 台的运行效率可代替 2 台罗茨风机，年节省用电量达 394,200kW，年节省电费 28.38 万元，预计每年增加效益 20.86 万元。



2025 年能源利用情况

能源指标	单位	2025 年
天然气	万立方米	366.46
柴油	吨	36.16
水煤浆	吨	15,483.98
直接能源消耗量	吨标准煤	13,285.07
间接能源消耗量	吨标准煤	12,276.68
能源消耗总量	吨标准煤	25,561.75
能源消耗强度	吨标准煤 / 百万元	6.09
清洁能源消耗总量	吨标准煤	11,461.80
其中：外购光伏发电（太阳能）	吨标准煤	845.47

能源指标	单位	2025 年
外购光伏发电 (太阳能) 占比	%	7.38
天然气	吨标准煤	4,465.36
天然气占比	%	38.96
外购热力 (天然气燃烧产生的热量)	吨标准煤	6,150.97
外购热力占比	%	53.66

注：折标煤系数取自《综合能耗计算通则》(GB/T2589—2020)。

关键绩效 报告期内



6,879,343.00 千瓦时
公司外购光伏发电 (太阳能)

14%
占总电量比例为

水资源利用

水资源管理体系

公司在生产经营中高度重视水资源的使用与管理，严格遵守《用水定额第 2 部分：工业》等法律法规和制度规范，制定了《用水管理制度》等内部制度，加强水资源管理。公司设备管理部负责供水设施的维护保养、用水监督和计量工作；工程管理部门负责暗埋供水管道的维修保养；设备保全部门负责厂区建筑用水计量表的维修；用水部门负责内部用水检查、专员安排和用水定额制定。公司下属子公司阳西美味鲜和厨邦食品荣获“阳江节水型企业”荣誉。

公司聚焦“降低管网漏损率、提升工艺节水效能”等水资源利用目标，持续开展水资源节约利用项目，并定期检查目标完成情况。报告期内，公司完成用水量下降 1.6% 的节水目标。

节水措施

公司的水资源来源为市政用水，主要用于生产、办公环节。公司通过优化生产过程的用水效率、推广节水技术和设备、增强全员节水意识的培养等措施，减少水资源浪费，进一步加强水资源循环利用。公司选址阶段即对地理条件进行严格评估，遵循主动规避饮用水源保护区及其他环境敏感区域的原则，从源头保障周边水资源的生态安全与可持续利用。

公司节水改造措施和节水效果

节水项目	节水措施	节能效果
提升连蒸产能减少旋转阀冷却水浪费的改善	通过降低喷射泵流速、在热水罐增加出水口以及精细化控制喷射泵流速，减少冷却水的使用和排放。	单次连蒸节约 40 吨水。按 4 台圆盘投产计算，年节水量可达约 24,000 吨。
液化罐烧碱水回收利用的改善	将液化罐使用后的烧碱水用于清洗下一工序的酒化罐和管道，实现重复利用。	每月节约烧碱水达 48 吨，年节水量约 576 吨。全年合计可节约金额约 4.7 万元。
泵轴封水自动化控制	在物料泵的轴封水管上加装电磁阀，使其与电机同步启停，避免非工作时段长流水。	单泵每天节约 3 吨水，年节水量约 780 吨。每年节约成本约 2,546 元。
优化脱渣洗布机清洗频率	将洗布机清渍池和消毒池的换水频率由每天 2 次降低为 1 次，单次蓄水清洗更多批次的滤布。	每天节约用水 10 吨，年节水量约 3,000 吨。每年节约成本约 24,810 元。

关键绩效 报告期内

1,585,256.00 吨 公司总用水量	1,505,993.20 吨 其中新鲜水用水量	79,262.80 吨 水循环与再利用总量
201,500.00 吨 总耗水量	47.98 吨 / 百万元 耗水强度	

原材料管理

原材料管理体系

公司在生产和日常营运中涉及的原材料包括水、大豆、小麦、盐、玉米油、糖等。公司制定了《原材料库存管理制度》《原材料管理流程及贮存要求》等内部原材料管理制度，建立了由物料仓储部主导管理、覆盖“策划—执行—监督”的三级治理体系，确保环境保护目标的层层落实与持续改进。公司统筹采购、研发、生产、品控等部门，协同推进绿色供应链与产品生态设计的规划与实施；各基地单位严格执行环保制度，落实绿色采购、清洁生产及废弃物分类回收等措施；并通过定期开展环境绩效评估与审核，结合内外部反馈持续优化流程，实现从策划、执行到监督改进的闭环管理。

公司在循环经济方面设立了“提高副产品资源化利用率、提高五金废料回收利用率”等目标，并采取了一系列措施确保目标达成。

原材料管理措施

为降低原材料损耗，公司采取回收利用与全流程物料管控。酱油发酵产生的酱油糟经科学处理转化为优质饲料原料，实现副产物资源化再利用。物料存储按特性分类存放，配备温控、除湿及监控设施；领用通过系统申请、审核、追溯，形成闭环管理，确保安全可控。

供应商管理方面，特殊物料（如食用油、酱腌菜）供应商每两年审查质量管控措施，其他供应商每三年全覆盖审查。原材料到货后抽样检测微生物、重金属等重点指标，不合格品退货，并引进红外检测装备快速筛查合格率。

公司采购策略基于年度评估制定，综合原材料质量、成本、交期及采购数据，确定次年计划。每月监督来料合格率、供应异常和成本波动，偏离目标时及时调整策略并实施改善措施。

绿色包装

包装材料管理体系

公司在生产和日常营运中涉及的包装材料包括玻璃瓶、胶盖、包装纸箱等。公司制定了《原包材新增管理制度》《包装物合理库存备货原则》等包装材料管理制度，由采购部和品控部共同负责包装材料管理。采购部管控供应商环保与包装循环，品控部把关原料安全与低碳包装，共同推进绿色包装。报告期内，公司包装物供应商中有 7 家获得了碳排放、FSC 森林监管链认证证书等可持续认证，有 16 家供应商发布 ESG 报告或推进 ESG 工作。

公司在循环经济方面设立了“降低包装材料重量、减少每单位产品的包装消耗”等目标，并采取了一系列措施确保目标达成。

绿色包装措施

为系统推进包装绿色化，公司重点围绕减少包装材料与使用绿色材料两大方向开展实践。

在减少包装材料方面，公司持续推进包装物降重项目，从源头减少资源消耗与碳排放。公司与供应商建立协作机制，对运输周转物资开展定向回收与循环使用。此外，公司在内部建立了闲置与废旧物资管理体系，闲置物资优先调配至各部门重复利用，废旧塑胶、纸皮、金属等则通过外售进入社会循环体系。同时，在仓储物流环节推行大宗原料（如黄豆、小麦）散装运输，有效减少一次性包装物的使用，并结合生产废弃物分类回收体系，实现包材边角料、次品包装和复合膜卷芯等资源的规范化回收与再利用。

在使用绿色包装材料方面，公司积极应对国际环保趋势，提前布局可回收包装解决方案，全面采用单一材质的可回收包装材料，以满足欧盟等市场对包装可回收性的合规要求。为支持绿色包装的全程可追溯与闭环管理，公司应用包装赋码技术，实现对包装流通的全链路追踪与数据化管理，从而优化库存效率并强化产品溯源能力。通过持续完善包装材料的环境属性管理与循环利用体系，公司系统推进包装绿色转型，不断提升包装物的资源循环比例与环境绩效。

关键绩效 报告期内



1,086.20 吨

公司包装材料使用总量

99.00 吨

玻璃瓶降重减少玻璃使用量

生态系统与生物多样性保护

公司严格遵守《中华人民共和国野生植物保护条例》《生物多样性公约》等国内外法律法规与国际准则，将生态系统与生物多样性保护深度融入公司决策体系，从源头减少生产经营对生态环境的潜在影响。

在项目选址阶段，公司主动避开生态保护红线区、自然保护区等敏感区域，确保建设活动符合区域规划要求，避免对周边生物多样性造成重大干扰。

在项目全流程管理中，公司将生物多样性影响评估纳入环境影响评价的核心环节，前置识别生态风险。同时，建立健全常态化监督与定期巡查机制，严控污染物排放，确保各项生态保护措施落地见效，实现企业高质量发展与生态环境高水平保护的协调统一。

04

责任立邦 温暖万家



本章所响应的 SDGs



本章所涉及的 ESG 重要议题

- 员工权益与发展
- 社会公益
- 职业健康与安全
- 乡村振兴

员工权益保障

中炬高新始终将人才视为公司最宝贵的资产，实施以人才为核心的发展战略，严格遵循相关法律法规及制度规范，以确保公司用工合规管理，并确保员工合法权益得到有效保障。报告期内，公司未发生强迫劳工、雇佣童工或与人权相关的员工申诉、违规及劳动纠纷事件。

人才吸引与招聘

招聘管理

为构建规范高效的招聘体系，公司制定并实施《招聘管理制度》，明确人才引入的公平公正原则，系统规范招聘流程，确保程序合规、过程透明。基于战略架构与岗位需求，公司采用“线上+线下”、“内生+外延”的立体化招聘模式，通过社会招聘、校园招聘、内部竞聘等多渠道协同，吸纳多元化高素质人才。此外，公司同步开展“招聘制度解读暨面试技巧赋能”专项培训，提升业务部门面试官的制度理解力与专业面试能力，重点强化科学面试方法运用，全面增强团队实力，形成合理的人才梯队。

关键绩效 报告期内

3,746 人

公司员工总人数

100%

劳动合同签订率

231 人

少数民族员工

6.17%

少数民族员工占比

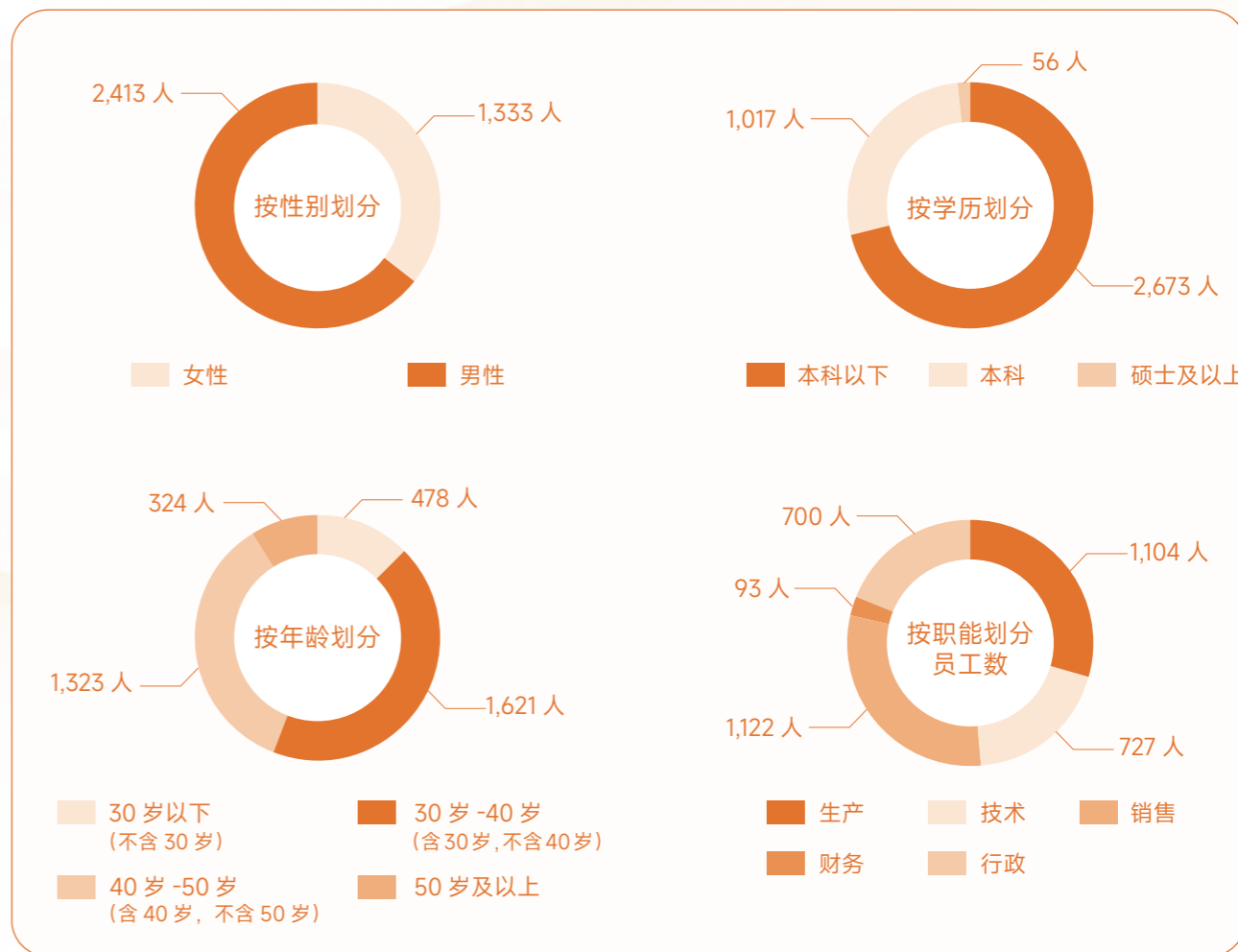
397 人

新增员工

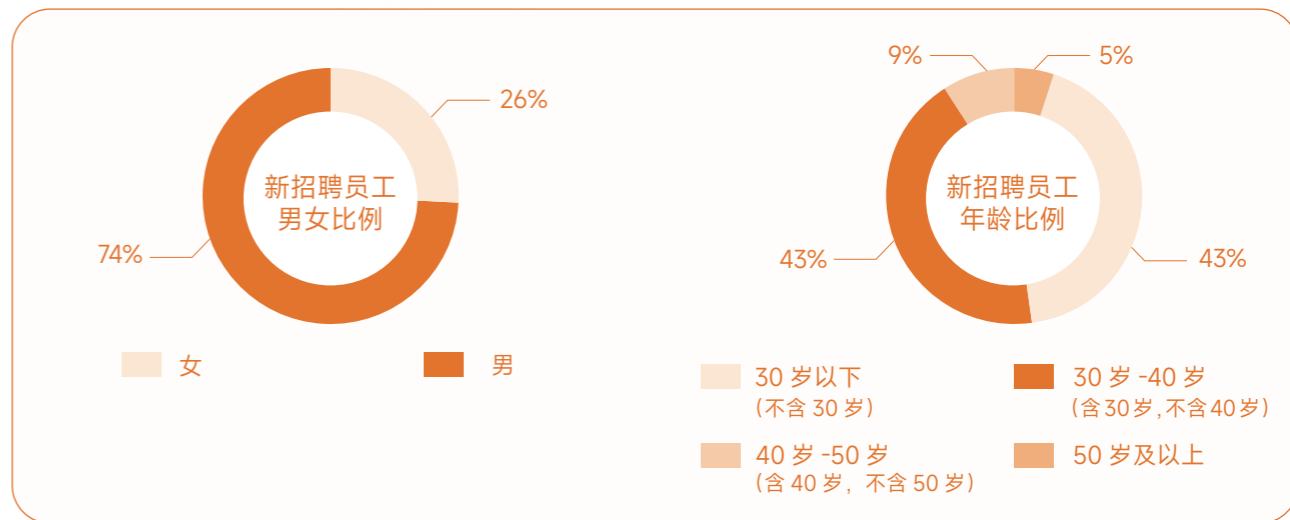
14.50%

员工总流失率

员工构成

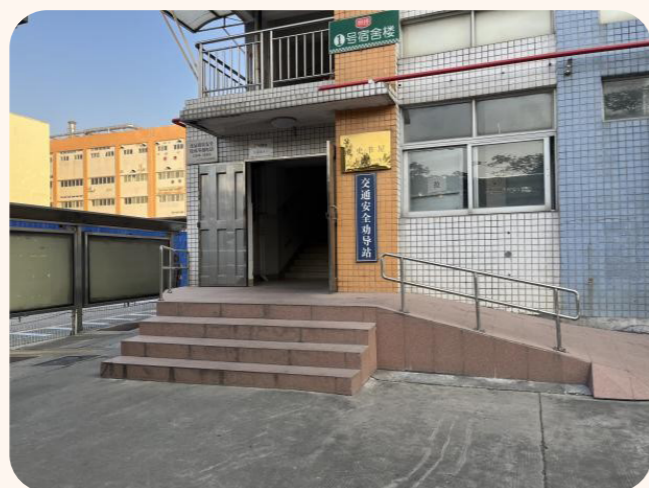


新进员工构成



多元化、平等与包容性

公司始终秉持人文关怀与社会责任理念，明确禁止一切形式的就业歧视行为，涵盖年龄、性别、宗教、国籍、婚姻状况等维度，切实保障员工平等权益。更好地照顾残疾人员工的生活便利与实际需求，公司优先为其安排厂区内员工宿舍，以营造更具包容性与支持性的工作与生活环境。同时，在员工饭堂及宿舍区入口、厨邦酱油文化博览馆入口设置无障碍通道，博览馆内配置有无障碍卫生间，为残障员工和游客提供无障碍便利，营造平等包容的工作及参观环境。在人才引进过程中，公司严格执行同工同酬政策，特别关注女性及残障人士等群体的就业平等。



宿舍区残疾人无障碍通道



博览馆大门入口无障碍通道

关键绩效 报告期内

37 名

公司拥有女性管理人员

19 人

成功安置残疾人就业

公司严格遵循《中华人民共和国妇女权益保障法》《女职工禁忌劳动范围的规定》，依法为女职工提供孕检假期、产假及每天一小时的哺乳时间，员工休产检假、产假、哺乳假时，公司均按照规定足额发放薪酬。公司还为怀孕期和哺乳期女员工设立设备齐全的“爱心妈妈小屋”，为女员工孕期休息、产后哺乳、育儿交流提供舒适环境。此外，公司每年妇女节开展主题关爱活动，为全体女职工发放慰问礼品，并开展花艺、金箔画等手工活动以及美妆、礼仪等技能培训。



爱心妈妈小屋



蝶古巴特台灯手工活动

培训与发展

员工培训

公司已制定《培训管理制度》，并构建了完善的分层分类员工培训与发展体系，系统地投资于人力资本，以支持员工成长并驱动公司可持续发展。公司已搭建线上学习平台，该平台深度融入员工成长全周期。针对新员工，公司依据其所在板块（MPSO）量身定制专属学习路径，涵盖企业文化、安全规范、核心制度与基础方法论等 28 门必修课程，确保其快速融入与胜任。同时，平台提供丰富的职场素养与通用技能选修内容，为全体在职员工创造了持续学习、自主发展的广阔空间，极大激发了组织内部的学习活力与知识共享。报告期内，公司持续保持 100% 员工培训覆盖率，领导力培训项目平均培训时长达到 50 小时。

关键绩效 报告期内

8,270 场

公司开展员工培训

107,386 人次

培训总人次达

90,420.65 小时

培训总时长

123.57 万元

员工培训投入

员工培训体系



线上学习平台

数字化营销

BI训练营

新员工入职培训

- 数字化营销① 分类：信息技术序列
- BI训练营 (认证课程) D3-⑥ 分类：信息技术序列
- 【营销职能】新员工学习地图 分类信息：营销板块 结束时间：2026-12-31
- 【O类新员工】新员工学习地图 分类信息：生产职能板块 结束时间：2026-12-31
- 【营销事业部】新员工学习地图 分类信息：营销板块 结束时间：2026-12-31
- 【生产及职能板块】新员工学习地图 分类信息：生产职能板块 结束时间：2026-12-31

公司秉持“专业引领、经验共享”的原则，建立了系统化、阶梯式的内部讲师（内训师）管理体系，设立初级、中级、高级、荣誉级四级讲师梯队，制定明确的资历、授课及课程开发等认证标准。选拔过程由人力资源部与业务部门共同评审，确保讲师专业能力与教学水平。

关键绩效

截至报告期末

249 人

公司组成内部讲师专业梯队共计

110 名

骨干中级讲师

121 名

其中初级讲师

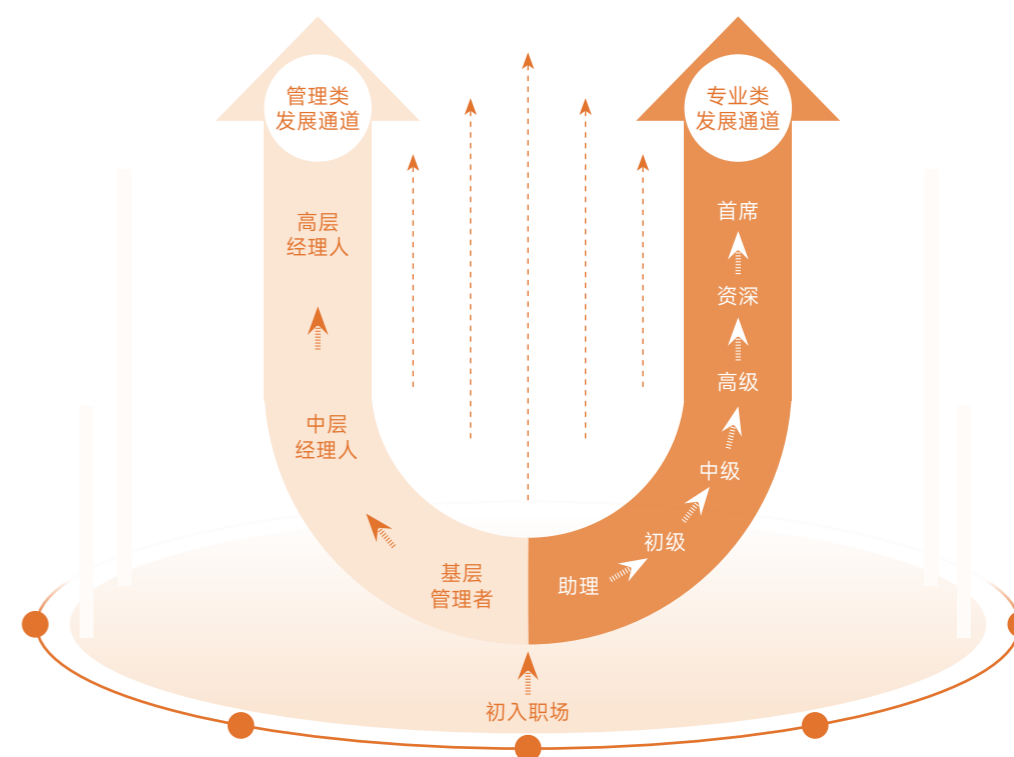
18 名

核心高级讲师

职业发展

公司秉持公平、透明及以人为本的人才发展理念，优化升级了覆盖管理、专业、销售及运行四大序列的职级体系，为不同专长与志向的员工规划了清晰、平等的发展路径。为保障体系科学、规范运行，公司同步建立了配套管理制度，将绩效、能力、价值观等融入人才评估与选拔的全过程。强化职级、晋升与激励的联动机制，致力于让每一位员工都能在公平的规则下，依据个人贡献与发展潜力获得成长机会。

职业发展通道



薪酬与福利管理

薪酬构成

公司坚守“按岗位付薪、按能力付薪、按业绩付薪”的核心原则，构建科学规范的市场化薪酬体系，并配套完善薪酬管理制度，确保薪酬分配的公平公正、合规透明，杜绝薪酬歧视与违规支付行为。

公司在员工薪酬上采用“基本工资 + 绩效奖金”的结构化设计，绩效奖金与个人工作业绩、岗位贡献深度挂钩，实现“多劳多得、优绩优酬”的激励导向。此外，公司还实施了限制性股票激励计划，协同员工在共同目标和使命的驱动下并肩前行，逐梦未来。

绩效考核机制

公司秉持“以人为本、绩效导向”的管理理念，建立了贯穿全年的“计划 - 执行 - 评估 - 反馈 - 发展”闭环流程，通过日常与年度相结合的考核模式（日常侧重过程与成长，年度聚焦结果与贡献），以关键绩效指标（KPI）与综合管理维度为衡量基准。公司还注重考核的公平性与激励性，在考核结果应用上体现差异化与人性化：针对职能岗位，采用五级评估体系，科学关联绩效薪酬；针对销售一线员工，则以透明化的分数直接兑现日常激励。

申诉与反馈机制

公司始终重视员工和上级主管的双向沟通，建立了《企业内部意见反馈管理制度》，畅通日常员工诉求表达通道。员工可通过信件、意见箱、企业邮箱、服务热线、线上问卷等多元方式随时反馈问题。行政管理部门负责统一受理、分办至责任部门，并跟进处理进展，确保员工声音得到有效响应。

案例 “员工开放日”活动

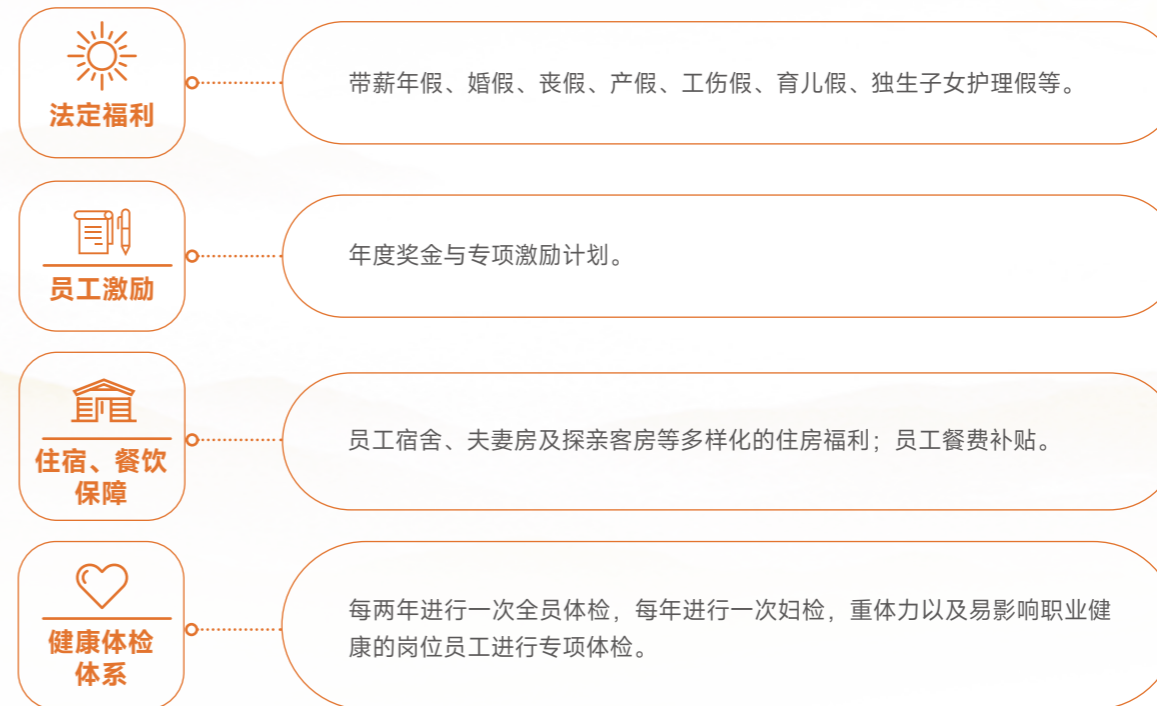
自 2025 年 4 月起，公司每月开展“员工开放日”活动，通过公司高层与员工面对面交流，直接倾听员工意见反馈、解答工作中遇到的问题和困难，既拓展了内部互动渠道，也进一步强化了公司“对员工善”的文化理念，更推动组织效能与员工体验双向提升。截至报告期末，该活动已累计开展 8 场次，接待员工 17 人次。



福利待遇

公司建立了完善的员工保障体系，提供带薪年假、育儿假、独生子女假、探亲路程假等假期，保障员工休息休假权利。同时，公司制定一系列多元化的福利政策，涵盖健康关怀、职业发展支持、生活补贴等多个维度，增强员工对公司的归属感与忠诚度。

员工福利体系



关键绩效 报告期内

100%

公司社保覆盖率

150 人

休育儿假的员工总数

100%

享受育儿假员工返岗率



员工关怀与沟通

员工活动

公司重视企业的人文关怀建设，在工作和生活中全方位关心关爱员工，开展丰富的员工活动，通过促进团队间的沟通与协作，增强员工间的相互了解与信任，营造出和谐、积极的工作氛围，为公司的长远发展奠定了坚实的人文基础。此外，公司聚焦员工生活，致力于为员工打造健康、舒适、愉悦的工作和生活环境，持续开展多元化的员工关怀行动，丰富员工生活，提升员工幸福感。



端午六一书画展



冬至包饺子活动

员工帮扶

公司高度重视员工关怀，聚焦职工住院、结婚、生育、生日及退休重要节点，送上慰问金或纪念品，传递企业人文关怀，针对退休员工，公司在发放荣休纪念礼品的同时，按季度专门举办荣休仪式，有效增强员工荣誉感和归属感。面向职工本人或直系家属因病、因灾导致生活陷入困境的情况，公司及时为其申请帮扶救助金，切实兜牢困难职工保障底线。截至报告期末，公司已达到法定退休年龄的员工已超过 300 人，公司为表示对退休人员的关怀，在每年中秋节、春节前给退休人员发放节日慰问金及公司产品。

关键绩效 报告期内

46 人

由公司以及上级工会开展的困难帮扶员工累计

11.18 万元

帮扶金额



“曼陀罗与生活”主题心理健康讲座

公司高度关注员工心理健康状况，为员工开展心理健康知识培训讲座，邀请专家为员工讲解常见心理问题的识别与应对方法，让员工在日常工作生活中能主动运用这些方法维护心理健康。



民主管理

公司始终将职工权益保障置于关键位置，持续完善民主管理机制，建立并落实工会委员会制度、职工代表大会制度，建立工会委员会发挥带头作用，职代会进行履职的民主管理体系，相关工作有序开展并取得扎实成效，切实保障员工参与权与监督权。同时，公司不断拓宽员工参与工会委员会会议与职工代表大会渠道，促进制度完善与决策科学化，营造公开、民主、和谐的企业治理氛围。

关键绩效 报告期内



18 场次

公司召开工会委员会会议



70 项

听取、审议并表决议案



19 场次

召开职工代表大会



29 项

听取、审议并表决议案

员工满意度调查

公司持续开展行政服务满意度调研，覆盖企业文化活动及宣传、行政工作、食堂餐饮、安保服务、行政用车、通勤班车、行政康体、厂区环境、宿舍服务等 9 大类别。针对调查反馈，公司行政部建立闭环整改机制，将问题分解至责任业务组，明确整改责任人及时间节点，并将改善方案及时同步至员工，形成“调研 - 反馈 - 改进 - 沟通”的完整闭环。

关键绩效 报告期内

927 人

公司发放员工满意度问卷填写

92.09 %

中山员工满意度均值

90.86 %

阳西员工满意度均值

注：中山地区统计的是中炬高新技术实业（集团）股份有限公司、广东美味鲜调味食品有限公司、广东美味鲜旅游后勤服务有限公司、广东美味鲜营销有限公司；阳西地区统计的是广东厨邦食品有限公司、阳西美味鲜食品有限公司

职业健康与安全

安全生产管理体系

中炬高新严格遵守《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》等法律法规，制定《安全生产责任制管理制度》《安全生产检查及事故隐患排查治理制度》《职业病危害警示与告知制度》《特种设备安全管理制度》等制度，设立由总经理担任负责的安全生产委员会，并下设安全管理部门。各下属公司根据规模大小或行业风险，设置安全管理部门及配置相应数量的安全管理人员，负责日常安全管理工作，并推动全员安全生产责任制的落实。

公司设立年度安全目标，并逐级分解到各部门、车间、班组，将各层级的管理人员、普通员工纳入安全目标管理中，并根据目标达成情况做到奖罚并举。

关键绩效 报告期内



326 万元

公司安全生产投入金额



100 %

安全责任书签署率

安全生产风险管理

风险管理机制

针对安全生产，公司通过作业条件危险性评价法（LEC 分析法）识别风险点，并结合公司实际情况明确安全风险分级，完善各层级的安全风险管控清单。针对职业健康安全，公司建立职业健康安全管理流程，定期开展职业病危害预评价及控制效果评价，识别员工职业病风险。

职业健康安全管理流程



应急管理

公司制定《生产安全事故应急预案》，系统地提升公司应对突发事件的能力。公司定期组织开展专项应急演练，内容涵盖灭火与疏散、有限空间作业事故处置等项目。演练注重实操性与针对性，通过模拟真实场景，强化员工对应急预案和救援流程的熟悉程度，从而有效提升现场应急处置能力和协同配合水平，切实增强企业整体应急响应与风险防控能力。



案例 消防灭火实操演练

2025 年 7 月，为提升员工消防安全意识和火灾自救能力，公司组织全员参与灭火实操培训，内容涵盖消防器材使用、初期火灾扑救、火场应急疏散及消防水带连接等。切实加深了对消防灭火基本常识的理解，在实操中掌握消防安全技能，有效增强火灾隐患防范意识。



消防灭火实操演练

关键绩效 报告期内



75 场

公司开展安全演练



100 %

演练计划完成率

隐患排查

公司每年组织开展全面的安全隐患排查工作，有效预防安全事故的发生。公司下属各子公司进一步对特种设备管理、有限空间作业、特种作业等重点环节开展专项安全检查，严格落实日常监督与隐患整改，从源头上控制风险，持续提升企业整体安全防控水平。报告期内，公司未发现重大事故隐患。

关键绩效 报告期内

24 次	204 项	100 %
公司下属子公司进行安全检查工作	累计发现问题	整改率

安全生产管理措施

安全事故管理

公司安全事故的处理，严格遵循公司《生产安全事故应急预案》中明确的应急响应程序，并规范执行《安全事故报告和调查处理管理制度》的各项规定，确保响应及时、处置得当、报告完整。

关键绩效 报告期内


未发生	0 人
公司一般及以上安全生产事故	因工死亡人数

培训与文化建设

公司严格执行新员工三级安全教育培训，内容涵盖基础安全知识、危险作业实操及外来施工管理等。针对生产一线，公司推行“安全早会”方式，由基层管理人员讲解安全要点，或由员工分享亲身经历的安全未遂事件，促进全员参与，提升安全防范意识。同时，公司持续完善培训教材，确保内容与时俱进，不断增强员工安全素养与风险应对能力。

案例 公司邀请外部专业讲师进行心肺复苏培训

为提升员工应急救援能力，公司邀请外部专业讲师开展心肺复苏培训。培训系统讲解关键步骤与注意事项，并组织员工在指导下进行实操练习，确保理论与实践相结合。通过手把手训练，员工的实际应急处理能力得到有效提升，进一步强化了全员的安全保障基础。



心肺复苏培训

案例 公司开展体验式安全月活动

2025年6月，公司围绕安全生产月主题，在中山和阳西两地开展沉浸式安全体验培训。活动设置查找隐患、消防、交通等五大科目，通过模拟触电、醉驾等环节，让员工切身感受风险。近600名员工及承租方代表参与，普遍反馈形式新颖、收获丰富，有效提升了安全意识和应急能力，夯实了安全生产基础。




安全月活动

关键绩效 报告期内

32.50 万元

公司安全培训总投入

108 场

安全培训场次

6,114 人次

参与安全培训人次

4,625.00 小时

安全培训时长

1.23 小时

人均安全培训时长

承包商安全管理

公司建立《服务项目外包安全管理制度》，搭建承包商管控体系，落实多维度管理举措：在承包商准入阶段，开展前置安全评价，核验其资质；入场作业前，组织开展安全培训，考核合格后方可作业；作业过程中，将承包商安全执行情况纳入日常巡检范畴；对合作承包商开展综合评估，建立安全考核机制，推动承包商与本公司安全管理标准的协同统一。

案例 承包商安全培训

为提升承包商安全管理，2025 年公司组织 48 家承包商相关人员进行 1.5 小时现场安全培训，并将培训内容转化为标准化课件，进而推广至其他供应商完成线上学习。此次培训有效强化了供应商人员的安全意识，实现了培训资源的标准化与规模化应用，为筑牢供应链安全根基提供了坚实支撑。



承包商安全培训

职业健康保障

为切实保障员工职业健康，公司已建立并实施了一系列系统性的防护与管理措施。

职业危害因素检测

检测共覆盖 866 个岗位，检测结果总体合格率为 94.8%。针对检测中发现的部分噪声与粉尘风险点，公司共对 22 个具体作业点实施了专项工程改善。

减少危险作业频率

优化生产布局与作业安排，引入新型生产设备，对 36 名员工进行岗位调整，有效降低或消除其在职业危害作业环境中的风险。

职业健康检查与保险

开展职业健康上岗、在岗、离岗检查工作，持续关注员工身体状况，并为员工购买补充医疗险、人身意外险等商业保险。

关键绩效 报告期内

3,746 人

公司员工体检人数

100 %

员工体检覆盖率

1,018 人

公司职业健康检查总人数

100 %

职业健康检查覆盖率

0

新增职业病

100 %

公司特种作业人员持证上岗率

100 %

工伤保险人员覆盖率

224.10 万元

工伤保险投入金额

社会公益

乡村振兴

中炬高新始终积极响应国家乡村振兴战略，制定《对外捐赠管理制度》，通过本地产业支持、参与慈善活动等一系列举措，巩固拓展脱贫攻坚成果，为乡村振兴赋予新动能，展现出色的社会担当。报告期内，公司捐赠 1.5 万元支持阳西县慈善会“2025 年‘6.30’助力乡村振兴活动”，积极践行乡村振兴社会责任。同时，公司赞助“中山市火炬高新区民众岭南水乡文旅文化周”活动 3 万元（含现金及产品礼盒），并通过展位互动等形式，弘扬绿色健康饮食新风尚，支持乡村振兴文旅事业。

关键绩效 报告期内

4.5 万元

乡村振兴投入金额



中山市火炬高新区民众岭南水乡文旅文化周

社会贡献

中炬高新始终将履行社会责任置于企业发展的核心位置，积极响应国家战略及各项公益号召，密切关注社会需求，持续投身社会公益事业，持之以恒地为公益事业添砖加瓦。

关键绩效 报告期内

19 项
公司参与了社会公益活动

78.10 万元
公益慈善投入

112 人次
志愿活动参与人次

753.50 小时
志愿活动时长



案例 持续投身公益慈善，弘扬奉献精神

自 1996 年起，公司长期支持中山市及火炬开发区的“慈善万人行”活动，持续捐赠善款。在 2025 年慈善万人行中，公司捐赠 38 万元，以实际行动支持本地慈善公益事业。



案例 精准帮扶特殊群体，传递企业温暖

重阳节期间，公司联合社区开展孤寡、独居及困难老人慰问活动，并通过互动游戏丰富长者精神生活，营造尊老敬老的社会氛围。同时，向敬老院捐赠产品一批。



推动文化传承

公司致力于保护与传承传统酱油文化，弘扬中华传统饮食文化，依托深厚的历史文化底蕴和厨邦品牌优势，公司建立了厨邦酱油文化博览馆。作为中山市食品药品安全科普教育基地、中山市青少年实践教育基地、广东省中小学生研学实践教育基地、酱油酿造技艺非遗传承展示窗口，博览馆积极承担社会责任，通过开展各种研学活动和社会公益活动，向广大市民、学生、特殊群体传播传统文化。

报告期内，中炬高新博览馆共接待了来自海内外的游客超 13.2 万人次，接待学生研学团队 1.1 万人次，并面向福利院、特殊学校等 12 组特殊家庭开展公益亲子厨房活动。



接待海外游客参访



中小学生学习实践

05

合规经营 行稳致远



本章所响应的 SDGs



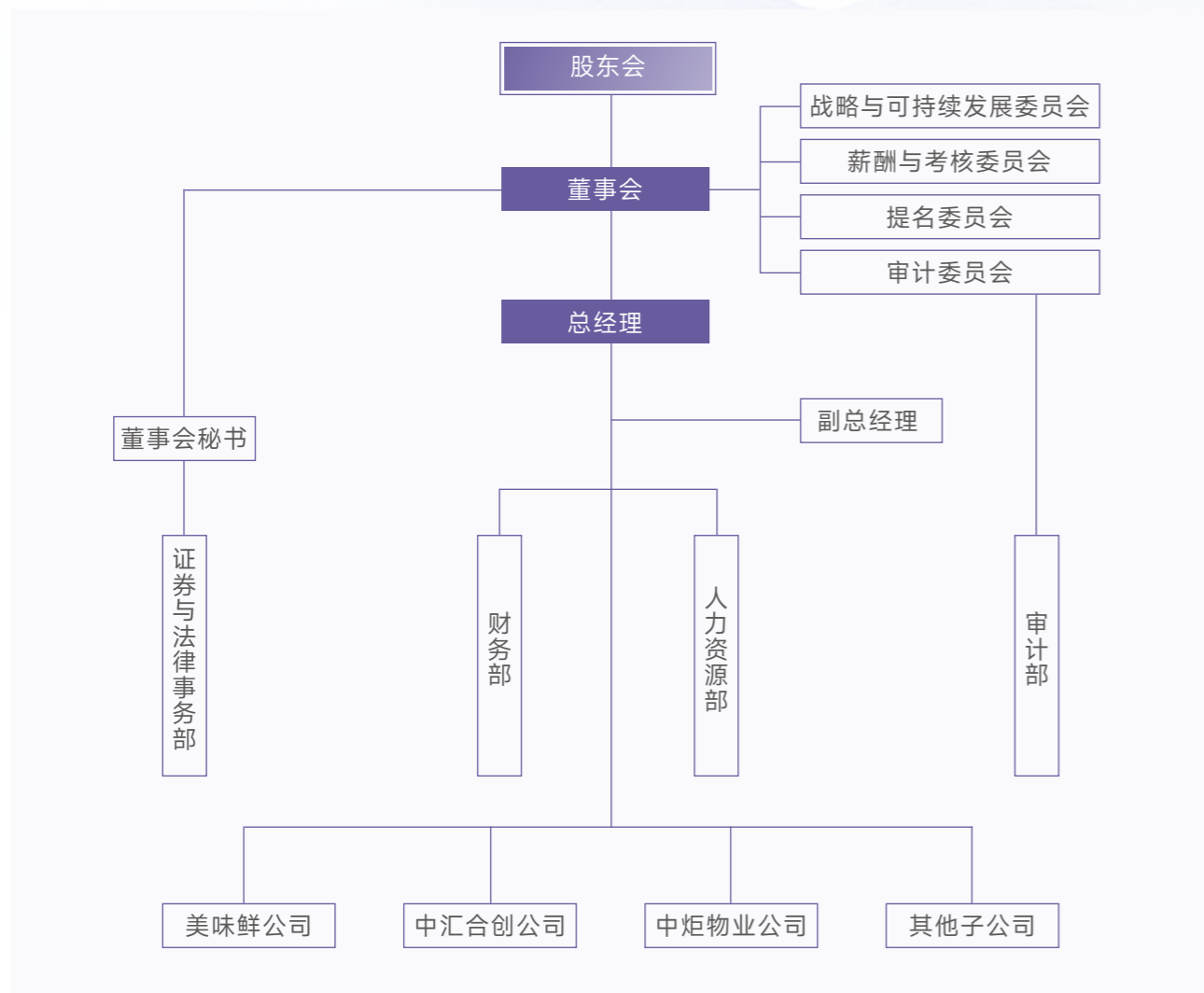
本章所涉及的 ESG 重要议题

- 反商业贿赂及贪污
- 反不正当竞争
- 尽职调查
- 利益相关方沟通

公司治理

治理结构

中炬高新严格遵守《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》等法律法规，制定了《公司章程》《重大信息内部报告制度》等内部制度，搭建起由股东会、董事会与管理层共同构成的健全且高效的公司治理架构。各治理主体权责分明、独立运作又相互制衡，形成了权责明确、运作规范的治理机制，有力保障了公司治理决策的公正性与科学性，推动公司治理水平稳步提升。



治理架构

股东会

股东会作为公司最高权力机构，其召集、召开、表决等程序均严格依照《中华人民共和国公司法》及《公司章程》进行，并由律师事务所出具法律意见书确认合法有效，全程保障会议合规规范。会议由董事会依法召集、董事长主持，且为保障中小股东权益，会议采用现场投票与网络投票相结合的方式，为股东参与决策提供便利；股权登记日收盘后登记在册的股东均有权参会，董事、高级管理人员及见证律师列席会议。

关键绩效

报告期内



5次

公司共召开股东会

22项

审议通过议案

董事会

公司董事会由股东会选举产生，是公司日常经营的核心决策机构，严格依照《公司章程》及《董事会议事规则》规范运作，董事依法行使法律法规及公司章程赋予的各项职权。董事会忠实执行股东会的决议，积极落实授权事项，严守职责边界，坚决杜绝越权审批、先实施后审议等违规情形。董事会成员坚持独立履职、勤勉尽责，认真履行各项义务与责任，始终以全体股东利益为导向，切实维护公司整体利益，重点保障中小股东合法权益，确保公司经营决策公正、合理、合法。

关键绩效

报告期内



12次

公司共召开董事会

62项

审议通过议案

董事会专门委员会

公司董事会下设战略与可持续发展委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，严格依照《董事会各专门委员会工作细则》开展工作，有效提升了董事会决策的专业性与科学性。各专门委员会权责清晰、协同高效，为公司重大战略决策、财务审计与风险管控、薪酬激励与绩效考核等关键环节提供专业支撑，有力保障了公司决策质量的提升与各项决议的精准落实，为公司的持续健康发展奠定了坚实的治理基础。

关键绩效 报告期内



8 次

公司审计委员会会议共召开

5 次

薪酬与考核委员会会议召开

7 次

提名委员会会议召开

1 次

战略与可持续发展委员会会议召开

董事会多元化构成

公司亦重视董事会的多元化建设，结合公司的发展模式和业务需求，从性别、学历、年龄、专业等多个维度综合考虑董事会成员的构成，保障董事会的多样性。在新一届董事会成员的构成上，公司采用了“职业经理人领航、‘国有股东 + 市场化高管’混合董事”的新模式，董事会成员背景更多元，显著提升董事会专业化和市场化程度。公司治理结构升级，有助于公司的高质量发展进程。

姓名	职务	性别	年龄	学位	专业
黎汝雄	董事长	男	64	硕士	商业与管理
余健华	副董事长 职工董事	男	49	硕士	公共管理
刘戈锐	非独立董事	男	51	硕士	工商管理
万鹤群	非独立董事	女	46	学士	会计学
李军威	非独立董事	男	50	学士	国际贸易、经济法
林颖	非独立董事	女	45	硕士	计统系
黄著文	独立董事	男	60	学士	会计学
李刚	独立董事	男	61	硕士	法律系
方祥	独立董事	男	55	博士	农产品贮藏与加工

董事会独立性

公司注重发挥独立董事在公司治理中的积极作用，制定了《独立董事工作制度》《独立董事年报工作制度》，要求独立董事应当独立、公正地履行职责，不受公司及其主要股东、实际控制人等单位或者个人的影响。公司独立董事均全面参与到 4 个董事会专门委员会的各项工作，且除战略与可持续发展委员会外，其他委员会均由独立董事担任召集人，其中审计委员会的召集人具备深厚的会计专业背景。

专门委员会	人数	召集人	独董占比
战略与可持续发展委员会	8	董事长	37.5%
审计委员会	5	独立董事	60%
提名委员会	5	独立董事	60%
薪酬与考核委员会	5	独立董事	60%

董高薪酬管理

公司依据《中华人民共和国公司法》及相关法律法规，并参照《公司章程》的规定，制定了《董事和核心管理人员薪酬管理制度》，由薪酬与考核委员会负责研究、制定公司高级管理人员的考核标准并进行考核，提出薪酬政策与方案，并对公司董事的考核标准以及薪酬政策与方案提出建议。



合规经营与风险管理

风险管理

风险管理体系

为提高公司经营管理水平和风险防范能力，促进公司规范运作和可持续发展，公司秉持“全面性、重要性、制衡性、适应性及成本效益性”原则，根据《上海证券交易所上市公司内部控制指引》《企业内部控制基本规范》《公司章程》等规章制度，制定了《内部控制制度》《内部控制实施细则》等管理文件，建立了完善的内部控制制度体系，全面防控各类风险，保障公司战略目标实现与运营发展。

关键绩效 报告期内

	2 项 公司进行了内控专项审计	6 条 共发现审计问题	4 条 有需要进行整改的审计问题
	2 条 已整改完成	2 条 整改进行中	

风险管理培训

公司重视培养员工风险管理能力，制定了月度培训授课计划，开设风险管理培训项目，通过系统的教育与实践培训，将风险管控理念宣传、融入员工日常工作等方式，营造风险管控氛围，强化全员风险管控意识，打造专业、应变能力强的风险管理团队，实现更精准的风险识别和更高效的风险管控，保障公司平稳运营和长远发展。报告期内，公司及旗下子公司共开展了 4 次风险管理培训。

案例 企业合同法律风险防控培训

2025 年 1 月，为提高集团及下属公司合同经办人业务水平和合同法律风险意识，降低合同管理各环节法律风险，公司特开展合同法律知识培训。培训采取“线上+线下”协同的培训方式，方便员工对培训内容再次回顾。




税务管理

公司始终将税务管理视为合规经营与可持续发展的重要基石，严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》等国家税收法律法规，不断强化税务内控体系建设，持续完善《税费管理制度》等税务管理制度，树立依法纳税、合规经营的经营理念。公司通过明确税务职责、动态跟踪税收政策变化、及时优化应对策略，确保税务操作规范高效、税务风险可控。定期组织开展税务风险排查与评估工作，结合案例与专题培训，持续提升税务管理人员的专业能力与合规意识，全面保障税务工作的稳健运行。

关键绩效 报告期内

 公司依法纳税，未发生任何税务争议事件，纳税总额达 **4.97** 亿元

税务管理措施

<p>税务政策动态跟踪与前瞻应对</p> <p>建立常态化税收政策追踪机制，密切关注国家税务政策变动，及时获取权威解读与专业分析；与知名税务咨询机构保持合作，按需开展政策研讨，评估政策变化对经营的影响，提前调整税务策略，确保政策响应及时、合规到位。</p>	<p>税务内控体系完善与申报流程规范</p> <p>持续优化《税费管理制度》，细化税务岗位职责，强化内控流程节点控制；梳理并规范增值税、企业所得税等主要税种的申报操作流程，制定税务业务指导书；定期开展税务风险识别与评估，设立交叉复核机制，确保申报数据准确、报送及时、风险可控。</p>	<p>税务人才梯队建设与知识共享</p> <p>构建税务人才培养体系，定期组织专题培训及外部交流，提升团队专业素养；推行轮岗机制与实战锻炼，促进跨模块、跨公司税务事项的协同处理；设立税务政策汇编，沉淀政策要点、实操经验，实现经验共享与全员赋能。</p>
---	---	---

投资者关系管理与股东权益

信息披露

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规及《公司章程》的相关规定，制定《信息披露管理制度》《信息披露暂缓与豁免管理制度》等相关制度文件，规范公司信息披露行为，明确信息披露审核及要求，保证信息披露的真实、准确、完整、及时。报告期内，公司未发生因信息披露方面违规而受到处罚的情况。

投资者关系管理

公司积极履行投资者管理义务，根据《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司投资者关系管理工作指引》等法律法规及规章制度，落实《公司章程》相关规定，制定《投资者关系管理制度》，规范公司投资者关系管理的工作流程，明确了投资者关系管理的原则和目的，遵循合规性、平等性、主动性和诚实守信原则，致力于促进与投资者的良性关系、建立稳定优质投资者基础。

公司高度重视与投资者的沟通与互动，始终将投资者关系管理作为公司治理的重要组成部分，通过信息披露、股东会、线上互动等多种方式开展投资者沟通与交流，保障投资者的知情权和参与权，加深投资者对公司的了解和认同。

关键绩效 报告期内



3 次

开展业绩说明会

52 次

接待现场调研

60 场

投资者交流会

78 条

E 互动提问

股东回报

公司积极牢固树立回报股东的意识，严格依照相关法律法规及规定，健全现金分红制度，确保分红程序合法合规，以实际行动回应股东的信任与支持，为股东创造更加稳健和可持续的回报。

近三年现金分红情况

每股现金分红	派现总额 (含税)	占归属于上市公司 股东净利润的比例
单位: 元 / 股	单位: 万元	单位: %
2025 年 0.45	2025 年 34,479.48	2025 年 64.20
2024 年 0.42	2024 年 32,547.01	2024 年 18.09
2023 年 0.4	2023 年 30,677.02	2023 年 36.44

注：截至报告披露日，2025 年分红预案未经股东会审议，实际派发金额以公司后续正式公告为准。

商业道德

反商业贿赂及反贪污

廉洁管理体系

中炬高新制定了《反舞弊和监察制度》《审计问责管理办法》，从公司治理层面上表明管理层对舞弊行为的零容忍，教育公司员工遵纪守法，合规经营。制定了《亲属回避管理规定》，从不相容职务分离的角度，规定公司员工注意职务回避的情形，从而有利于公司控制风险，实现人员岗位相互牵制的作用。制定了《高级管理人员审计管理办法》，明确公司高级管理人员任期届满、调动、离职等情形，需要对其在本岗位任职期间的职务行为进行评价性审计，督促高级管理人员尽职尽责。报告期内，公司未发生商业贿赂及贪污事件相关的重大处罚。

反贪腐风险管理

公司警惕贪腐行为的发生，通过审计监督日常化来确保公司的诚信度、法律合规和道德标准，并不断完善反贪措施来增强企业声誉，提升内部治理质量，确保公平竞争。此外，公司不断完善商业道德方面的管理及建设，对可能增加企业面临的法律诉讼和监管处罚的风险的行为进行高度预防，避免导致财务损失和声誉受损，影响企业的市场地位和公众信任。

反腐败审计

为防范舞弊风险，公司内部审计机构通过例行审计和专项审计，加强重要领域的审计监督工作。强化审计监督工作，例如以监督岗身份参加重大基建工程招投标的开标工作。通过审计工作，走访供应商、经销商等单位，了解双方合作情况，公司工作人员勤勉尽责情况，加强反舞弊宣传及检视，提升员工廉洁自律意识和拒腐防变能力。

反腐败教育

公司重视廉洁文化建设，通过开展专题培训、观看反舞弊影片、签订《廉洁自律承诺书》、廉洁宣誓、警示教育、主题活动等多种方式，向领导班子及重点部门的全体员工宣贯廉洁要求，强化纪律意识，夯实廉洁从业基础，推动廉洁建设与企业经营深度融合。

案例 “廉洁教育月”活动

为深入推进廉洁文化建设，夯实廉洁从业思想根基，凝聚高质量发展的清廉力量，2025 年 11 月，公司开展了以“坚守廉洁底线，筑牢思想防线”为主题的“廉洁教育月”活动，各业务板块、各部门逐步开展廉洁教育活动，并组织活动参与人员签署《廉洁自律承诺书》。



举报与举报人保护

公司设立多种举报渠道，向公司员工、经销商、供应商公布投诉举报电话、邮箱，以便员工及社会各界能够便捷地反映可能存在的违规行为。在举报者保护机制方面，公司禁止任何对投诉、举报人的非法歧视或报复行为，或对参与调查的员工采取敌对措施。对违规泄露检举人员信息或对举报人员打击报复的人员，公司将予以相关人员撤职、解除劳动合同的处分，若相关行为触犯法律，将相关人员移送司法机关依法处理。所有投诉举报事件均由专门机构和专员负责受理，公司积极维护举报人的合法权益，营造公平、公正、透明的企业环境。

举报渠道

举报电话：0760-88297277

举报邮箱：sj@jonjee.com

反不正当竞争

公司严格遵守反不正当竞争相关法律法规，围绕反不正当竞争建立《反舞弊和监察制度》，并通过开展反舞弊监察等管理实践，提升反不正当竞争管理成效，致力于打造良好、公平、公开的商业环境，反对违背商业道德的市场交易行为。此外，为避免发生虚假宣传行为，公司制定了品牌管理手册（含品牌 VI 规范），以及《品牌传播及推广项目管理制度》，明确各类品牌传播及推广业务的权责范围及业务流程，规范广告宣传管理工作。报告期内，公司未发生因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的事件。

案例 新反不正当竞争法专题培训

2025 年 12 月，为明确业务竞争新红线，提升公司人员在反不正当竞争领域的专业能力与风险防控水平，助力业务合规开展，组织集团及下属公司相关人员开展法律知识培训，通过新法修订前后对比、对不正当竞争行为的类型和案例进行分析，提高参训员工的反不正当竞争意识，保障公司健康发展。



附录

关键绩效表

产业价值绩效

指标	单位	2025 年
创新驱动		
研发投入	万元	13,321.61
研发投入占营业收入比例	%	3
新产品开发项目数	个	13
研发团队总人数	人	293
研发人员占员工总人数比例	%	7.82
按学历划分		
本科以下	人	71
本科	人	203
硕士	人	19
按性别划分		
男性	人	153
女性	人	140
授权专利累计数 (有效期内的专利数)	项	250
报告期内专利申请数	项	28
按专利类型划分		
授权发明专利累计数	项	100
授权实用新型专利累计数	项	94
授权外观设计专利累计数	项	56
软件著作权累计数	项	10

指标	单位	2025 年
商标累计数	项	459
发表论文累计数	篇	12
省级科技项目	项	1
市区级科技计划项目	项	4
食品安全与服务质量		
产品合格率	%	100
年度质量内审次数	次	6
聘请第三方机构抽检次数	次	8
产品监督抽查合格率	%	100
产品召回率	%	0
质量培训人次	人次	15,181
质量培训总时长	小时	11,924
质量培训次数	次	1,233
客户投诉数量	次	954
质量客诉处理率	%	100
经销商客户满意度 ¹	%	92.80
租户满意度 ²	%	87.20
开展经销商培训总场次	场	2
参与培训经销商数量	人	100
经销商培训总时长	小时	1,149
负责任供应链		
供应商总数	个	1,376
供应商本地化比例	%	76.89

¹ 注 1: 经销商客户满意度 = 客户满意度得分 (13.92 分) / 客户满意度满分 (15 分) * 100%

² 注 2: 租户满意度 = 租户满意度得分 (4.36 分) / 租户满意度满分 (5 分) * 100%

指标	单位	2025 年
供应商本地采购比例	%	60.89
核心物料供应商《阳光承诺》签署率	%	100
关键岗位员工《廉洁自律承诺书》签署率	%	100
拥有质量管理体系认证的供应商数目	个	115
拥有环境管理体系认证的供应商数目	个	62
拥有职业健康安全管理体系认证的供应商数目	个	47
通过 BRC 体系认证的供应商数目	个	18
通过 FSSC 22000 体系认证的供应商数目	个	49
因不合规被中止合作的供应商数目	个	8
开展供应商 ESG 培训次数	次	3
供应商 ESG 培训总时长	小时	5.5
供应商 ESG 培训覆盖的供应商数量	个	15
数据安全与客户隐私保护		
数据安全 / 客户隐私保护相关培训场次	场	2
数据安全 / 客户隐私保护相关培训总时长	小时	667
数据安全 / 客户隐私保护相关培训平均时长	小时	0.18
参与数据安全 / 客户隐私保护相关培训的人数	人	667
发生泄露客户信息事件数量	起	0

环境绩效

指标	单位	2025 年
应对气候变化²		
温室气体排放总量 (范围一 + 范围二)	吨二氧化碳当量	69,825.33
其中: 直接温室气体排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	32,629.20
间接温室气体排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	37,196.13
温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	16.63
环境合规管理		
环保投入	万元	1,382.89
环保投入占营业收入的比例	%	0.33
因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚事件	件	0
因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	万元	0
环保培训时长	小时	506.50
环保培训次数	次	14
环保培训参加人次	人次	488
环保应急演练次数	场次	7
环保应急演练人次	人次	115
环保应急演练累积时长	小时	173
环境隐患整改	项	77

² 注 1: 范围一的各能源的温室气体排放因子主要参考《中国食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体核算方法与报告指南》及《省级温室气体清单编制指南》的各缺省值。

注 2: 水煤浆低位发热值由公司检测中心测算。因水煤浆中煤粉主要为烟煤, 单位热值含碳量参考《省级温室气体清单编制指南》中一般烟煤单位热值含碳量 (26.1-26.7tC/TJ) 的最低缺省值进行保守估计。碳氧化率参考《省级温室气体清单编制指南》其他行业设备碳氧化率的缺省值 (100%)。

注 3: 范围二的外购电力产生温室气体的计算涉及的排放因子参考生态环境部、国家统计局发布的《关于发布 2023 年电力排放因子的公告》。

注 4: 本表格所披露的碳排放相关数据, 由公司自主测算形成, 未经第三方机构核查。

指标	单位	2025 年
氮氧化物 (NO _x) 排放量	吨	17.17
二氧化硫 (SO ₂) 排放量	吨	6.75
颗粒物 (PM) 排放量	吨	2.19
废气排放达标率	%	100
废水排放量	吨	1,383,756.00
废水处理量	吨	1,383,756.00
废水排放强度	吨 / 百万元	329.47
化学需氧量 (COD)	吨	95.56
氨氮 (NH ₃ -N)	吨	1.83
废弃物产生量	吨	14,696.32
其中: 有害废弃物	吨	24.32
无害废弃物	吨	14,672.00
废弃物处置量 ³	吨	14,696.32
其中: 有害废弃物	吨	24.32
无害废弃物	吨	14,672.00
回收再利用无害废弃物总量	吨	14,672.00
无害废弃物回收利用率	%	100
废弃物合规处置率	%	100
资源利用		
总用水量	吨	1,585,256.00
水循环与再利用总量	吨	79,262.80
新鲜水用水量	吨	1,505,993.20
总耗水量	吨	201,500.00
耗水强度	吨 / 百万元	47.98

³ 有害废弃物处置方式为委托第三方专业机构处置, 无害废弃物处置方式为委外综合利用。

指标	单位	2025 年
直接能源使用情况		
天然气	万立方米	366.46
柴油	吨	36.16
水煤浆	吨	15,483.98
间接能源使用情况		
外购电力	千瓦时	42,963,688.19
外购热力 (天然气燃烧产生的热量)	吉焦	180,274.61
外购光伏发电	千瓦时	6,879,343.00
能源消耗总量 ⁴	吨标准煤	25,561.75
其中: 直接能源消耗总量	吨标准煤	13,285.07
间接能源消耗总量	吨标准煤	12,276.68
能源消耗强度	吨标准煤 / 百万元	6.09
光伏发电占总电量比例	%	14
清洁能源消耗总量	吨标准煤	11,461.80
其中: 外购光伏发电 (太阳能)	吨标准煤	845.47
外购光伏发电 (太阳能)	千瓦时	6,879,343.00
外购光伏发电 (太阳能) 占比	%	7.38
天然气	吨标准煤	4,465.36
天然气占比	%	38.96
外购热力 (天然气燃烧产生的热量)	吨标准煤	6,150.97
外购热力占比	%	53.66
清洁能源使用占比	%	44.84
包装材料使用总量	吨	1,086.20
玻璃瓶降重减少玻璃使用量	吨	99.00

⁴ 折标煤系数取自《综合能耗计算通则》(GB/T2589—2020)。

社会绩效

指标	单位	2025 年
员工权益保障		
员工总人数	人	3,746
其中：少数民族员工数	人	231
残疾人员工数	人	19
少数民族员工占比	%	6.17
劳动合同签署率	%	100
按性别划分员工数		
女性	人	1,333
男性	人	2,413
按年龄划分员工数		
30 岁以下 (不含 30 岁)	人	478
30-40 岁 (含 30 岁, 不含 40 岁)	人	1,621
40-50 岁 (含 40 岁, 不含 50 岁)	人	1,323
50 岁及以上	人	324
按地区划分员工数		
中国大陆	人	3,740
港澳台地区	人	4
国外	人	2
按学历划分员工数		
本科以下	人	2,673
本科	人	1,017
硕士	人	55
博士	人	1

指标	单位	2025 年
按职能划分员工数		
生产	人	1,104
技术	人	727
销售	人	1,122
财务	人	93
行政	人	700
其他	人	0
新进员工数	人	397
按性别划分的新进员工		
女性	人	104
男性	人	293
按年龄划分新进员工		
30 岁以下 (不含 30 岁)	人	170
30-40 岁 (含 30 岁, 不含 40 岁)	人	169
40-50 岁 (含 40 岁, 不含 50 岁)	人	37
50 岁及以上	人	21
员工离职数	人	555
员工总流失率 ⁵	%	14.50
参保人数	人	3,746
社保覆盖率	%	100
员工培训场次	场次	8,270
接受培训总人次	人次	107,386
接受培训总人数	人	3,746
员工培训覆盖率	%	100

⁵ 员工总流失率 = 员工离职数 / 【(年初员工人数 + 年末员工人数) / 2】

指标	单位	2025 年
培训总时长	小时	90,420.65
员工培训投入	万元	123.57
职代会审议通过项目数	项	29
工会审议通过项目数	项	70
工会会员人数	人	3,746
员工满意度 ⁶	%	91.48
劳动纠纷案件数量	宗	4
管理人员中女性人数	人	37
有权享受育儿假的员工总数	人	306
休育儿假的员工人数	人	150
享受育儿假员工返岗率	%	100
困难员工帮扶人数	人	46
困难员工帮扶金额	万元	11.18
职业健康与安全		
安全生产投入金额	万元	326.00
安全责任书签署率	%	100
安全应急演练次数	次	75
安全演练计划完成率	%	100
进行安全检查工作次数	次	24
排查出的隐患总数	个	204
已整改完成的隐患数量	个	204
安全隐患整改率	%	100
安全生产事故数	起	0
因工作关系死亡人数	人	0

⁶ 员工满意度为阳西员工满意度和中山员工满意度取平均值

指标	单位	2025 年
安全培训总投入	万元	32.50
安全培训场次	场	108
参与安全培训人次	人次	6,114
安全培训总时长	小时	4,625
人均安全培训时长	小时 / 人	1.23
特种作业人员持证上岗人数	人	567
特种作业人员持证上岗率	%	100
工伤保险的投入金额	万元	224.10
工伤保险人员覆盖率	%	100
员工体检人数 (职业健康检查)	人	1,018
员工职业健康检查覆盖率	%	100
员工体检人数 (健康体检)	人	3,746
员工健康体检覆盖率	%	100
社会公益		
公益慈善投入	万元	78.10
志愿活动参与人次	人次	112
志愿活动时长	小时	753.50
乡村振兴投入	万元	4.50

治理绩效

指标	单位	2025 年
经营绩效		
营业收入	万元	419,994.02
净利润	万元	53,850.06
纳税总额	万元	49,672.21
公司治理		
股东会召开总次数	次	5
审议通过事项	项	22
董事会成员人数	人	9
按性别划分		
男性	人	7
女性	人	2
按类型划分		
独立董事	人	3
非独立董事	人	6
董事会召开次数	次	12
董事会审议通过事项	项	62
审计委员会会议召开次数	次	8
提名委员会会议召开次数	次	7
薪酬与考核委员会会议召开次数	次	5
战略委与可持续发展委员会会议召开次数	次	1
合规经营与风险管理		
内部控制培训次数	次	1
内部控制培训参与人数	人	36
内部控制培训总时长	小时	54

指标	单位	2025 年
投资者关系管理与股东权益		
接待投资者活动次数	次	60
在互动易投资者回答问题数	个	62
每股现金分红 (拟派)	元 / 股	0.45
派现总额 (含税)	万元	34,479.48
商业道德		
参加反商业贿赂及反贪污培训的总人数	人	2,092
其中: 董事及高级管理人员	人	6
提供的反商业贿赂及反贪污培训总时长	小时	2,232.50
其中: 董事及高级管理人员	小时	23.50
接受反商业贿赂及反贪污培训的平均时长	小时 / 人	1.07
其中: 董事及高级管理人员	小时 / 人	3.92
廉洁协议等有关商业行为书签署人数	人	2,092
廉洁协议等有关商业行为书签署率	%	56
反垄断与公平竞争的培训活动次数	次	1
反垄断与公平竞争培训参与人数	人	22
反垄断与公平竞争培训总时长	小时	22

指标索引

《GRI 全球可持续发展报告标准》与《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG6.0)》指标索引

报告章节	《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG6.0)》
关于本报告	2-1/2-2/2-3	P1.1/P1.2
董事长致辞	2-22	P2.1
走进公司	2-1/2-6	P3.1/P3.2/P3.3/P3.4
可持续发展治理	可持续发展治理结构	2-9/2-12/2-13/2-14
	可持续发展培训	/
	可持续发展战略	2-22
	可持续发展目标	/
	利益相关方沟通	2-29
	重要性议题管理	3-1/3-2
创鲜提质 严守食安	创新驱动	S2.1.1/S2.1.2/S2.1.3/S2.1.4/ S.2.1.5/S2.1.6/S2.1.7/S2.1.10/ S2.1.11/S2.1.13
	食品安全与服务质量	2-5/2-23/2-24/2-25/404-2
	负责任供应链	2-23/2-24/204-1
	数据安全与客户隐私保护	2-23/2-24/404-2
绿酿减排 护佑生态	应对气候变化	2-9/2-12/2-13/2-14/2-22/ 201-2/305-1/305-2/305-4
	环境合规管理	2-5/303-4/306-2
	资源利用	301-1/302-1/302-3/302-4/ 303-5
	生态系统与生物多样性保护	101-2

报告章节	《全球可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	《中国企业可持续发展报告指南 (CASS-ESG6.0)》
责任立邦 温暖万家	员工权益保障	2-7/2-30/401-2/404-2
	职业健康与安全	2-5/403-1/403-2/403-3/ 403-5/403-6/403-7
	社会公益	/
合规经营 行稳致远	公司治理	2-9/2-10/2-11/2-12/2-13/2-19/ 2-20
	董高薪酬管理	/
	合规经营与风险管理	207-1/207-2/207-4
	投资者关系管理与股东权益	2-16/201-1
	商业道德	2-23/2-24
附录	关键绩效表	/
	指标索引	/
	意见反馈表	/

S4.1.1/S4.1.3/S4.1.4/S4.1.8/
S4.1.9/S4.1.11/S4.1.12/S4.3.1/
S4.3.2/S4.3.3/S4.3.6

S4.2.1/S4.2.2/S4.2.4/S4.2.5/
S4.2.6

S1.1.2/S1.2.1/S1.2.6

/

/

/

/

G2.1.1/G2.1.2/G2.1.3/G2.2.1/
G2.2.2

/

/

/

A2

A3

A6

上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》指标索引

披露要求	对应条款	披露位置或解释
总则	第五条至第十条	关于本报告 可持续发展治理 - 重要性议题管理 公司将“创新驱动”议题拓展为“创新驱动与营养健康”，并将“食品安全与质量”、“客户服务质量”和“经销商管理”等议题整合为“食品安全与服务质量”议题，更贴合调味品行业的食品属性与公司特点
可持续发展信息披露框架	第十一条至第十九条	可持续发展治理 创鲜提质 严守食安 - 创新驱动 创鲜提质 严守食安 - 食品安全与服务质量 绿酿减排 护佑生态 - 应对气候变化 附录 - 关键绩效表
应对气候变化	第二十一条至第二十八条	绿酿减排 护佑生态 - 应对气候变化 附录 - 关键绩效表
污染物排放	第三十条	绿酿减排 护佑生态 - 环境合规管理 附录 - 关键绩效表
废弃物处理	第三十一条	绿酿减排 护佑生态 - 环境合规管理 附录 - 关键绩效表
生态系统和生物多样性保护	第三十二条	绿酿减排 护佑生态 - 生态系统与生物多样性保护
环境合规管理	第三十三条	绿酿减排 护佑生态 - 环境合规管理 附录 - 关键绩效表
能源利用	第三十五条	绿酿减排 护佑生态 - 资源利用 附录 - 关键绩效表
水资源利用	第三十六条	绿酿减排 护佑生态 - 资源利用 附录 - 关键绩效表
循环经济	第三十七条	绿酿减排 护佑生态 - 资源利用 附录 - 关键绩效表
乡村振兴	第三十九条	责任立邦 温暖万家 - 社会公益 附录 - 关键绩效表

披露要求	对应条款	披露位置或解释
社会贡献	第四十条	责任立邦 温暖万家 - 社会公益 附录 - 关键绩效表
创新驱动	第四十二条	创鲜提质 严守食安 - 创新驱动 附录 - 关键绩效表
科技伦理	第四十三条	公司为传统调味品制造企业，主营业务不涉及人工智能、生物技术等前沿科技研发或应用，因此科技伦理议题与其业务相关性较低，未在 ESG 报告中作为重要议题识别。
供应链安全	第四十五条	创鲜提质 严守食安 - 负责任供应链 附录 - 关键绩效表
平等对待中小企业	第四十六条	创鲜提质 严守食安 - 负责任供应链
产品和服务安全与质量	第四十七条	创鲜提质 严守食安 - 食品安全与服务质量 附录 - 关键绩效表
数据安全与客户隐私保护	第四十八条	创鲜提质 严守食安 - 数据安全与客户隐私保护 附录 - 关键绩效表
员工	第五十条	责任立邦 温暖万家 - 员工权益保障 责任立邦 温暖万家 - 职业健康与安全 附录 - 关键绩效表
尽职调查	第五十二条	合规经营 行稳致远 - 合规经营与风险管理 针对供应链：公司会开展供应链风险评估；针对员工：公司会开展员工满意度调查，通过这些调查识别负面影响，并制定改善措施及计划
利益相关方沟通	第五十三条	可持续发展治理 - 利益相关方沟通
反商业贿赂及反贪污	第五十五条	合规经营 行稳致远 - 商业道德 附录 - 关键绩效表
反不正当竞争	第五十六条	合规经营 行稳致远 - 商业道德 附录 - 关键绩效表
附则和释义	第五十七条至第六十三条	附录 关于本报告

意见反馈表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。我们高度重视并期待聆听您对本报告的宝贵反馈。您的意见和建议是我们不断提升 ESG 信息披露质量、深化 ESG 管理与实践的重要推动力量。我们诚挚欢迎并衷心感谢您的参与与支持！

1. 您对我们 ESG 管理和实践的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

2. 您对本报告的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

4. 您认为我们在公司治理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

5. 您认为我们在环境保护、资源管理和应对气候变化方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

6. 您认为我们在产品质量管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

7. 您认为我们在供应链安全管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

8. 您认为我们在员工权益保障及职业健康管理方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

9. 您对我们履行 ESG 及本报告有何意见和建议？

您可以通过以下方式联系我们：

网址：<http://www.jonjee.com>

电话：0760-85596818-2033

邮箱：zqb@jonjee.com

地址：广东省中山市火炬开发区厨邦路1号广东美味鲜调味食品有限公司综合楼

