



股票代码  
600305

 **江苏恒顺醋业股份有限公司**  
JIANGSU HENGSHUN VINEGAR INDUSTRY CO.,LTD.

## 江苏恒顺醋业股份有限公司

### 2025年度可持续发展报告

Sustainable Development Report 2025

地址:江苏省镇江市恒顺大道66号  
电话:0511-85307708  
网址:www.zjhengshun.com

邮编:212028  
传真:0511-84566603



# 目录 CONTENTS

关于本报告 06

董事长致辞 08

## 走进恒顺醋业

公司简介 10

业务布局 13

荣誉与成果 14

## 可持续发展管理

可持续发展目标与回应 SDGs 16

ESG 治理体系 18

尽职调查 18

利益相关方沟通 19

可持续发展重要性议题评估 21

重要性议题分析结论 22

重要性议题风险与机遇分析 24

## 01 匠心酝治 稳健发展

公司治理	28
党建引领	33
商业道德	35
合规经营	37
风险管理	40

## 02 循醇自然 绿酿未来

环境合规管理	44
污染物排放	50
废弃物处理	54
水资源管理	55
循环经济	57
能源管理	57
生态系统与生物多样性保护	61
应对气候变化	61

## 03 醇品至臻 醋进健康

营养与健康	68
产品质量与安全	70
客户服务	76
创新驱动	79
数据安全与隐私保护	83

## 04 酝才成匠 共享醇芳

员工雇佣	88
员工福利与关怀	92
员工培训与发展	95
员工健康与安全	99

## 05 醇链共酝 善行致远

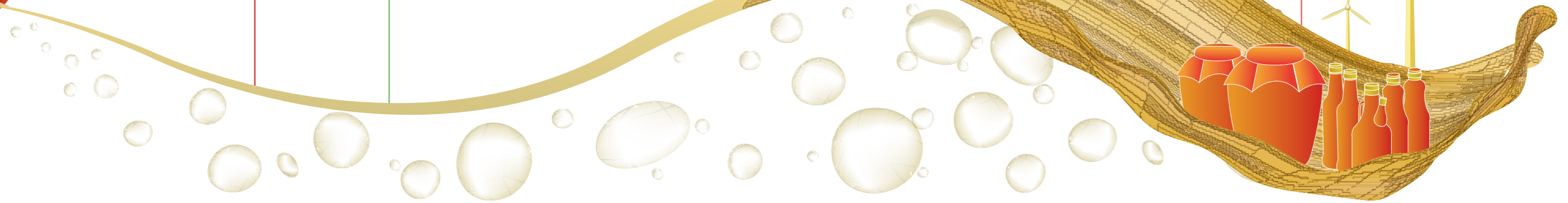
负责任供应链	108
行业共进	112
乡村振兴与社会贡献	113

关键绩效 116

## 附录

指标索引 122

意见反馈 123



## 关于本报告

### 报告信息说明

本报告为江苏恒顺醋业股份有限公司发布的第 2 份《可持续发展报告》。报告围绕公司可持续发展理念与相关政策，系统阐述了公司 2025 年在环境保护、社会责任及公司治理等方面的实践情况，旨在回应利益相关方的期望与关切。

### 时间范围

本报告时间跨度为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为保持信息的连续性，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。所涉及信息来源于公司内部数据以及公开资料。

### 组织范围

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

### 数据说明

本报告所使用的数据及案例，均来自公司正式文件和统计报告。

本报告所披露的经营数据均来自《江苏恒顺醋业股份有限公司 2025 年年度报告》（简称“年报”），如所列数据有异，均以年报为准。如无特别说明，报告中涉及货币金额均以人民币列示。

### 参考标准

全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI 通用标准（2021 版）》

上海证券交易所发布的《上市公司自律监管指引第 14 号—可持续发展报告（试行）》和《上市公司自律监管指南第 4 号—可持续发展报告编制（2026 年修订）》

气候相关财务信息披露工作组（TCFD）发布的《气候相关财务信息披露工作组建议报告》

联合国“全球契约”十项原则

联合国 17 项可持续发展目标（SDGs）

### 称谓说明

公司、本公司、恒顺醋业、恒顺、我们	指	江苏恒顺醋业股份有限公司
恒顺集团、集团、控股股东	指	江苏恒顺集团有限公司
恒顺酒业	指	镇江恒顺酒业有限责任公司
恒顺老陈醋、山西恒顺	指	山西恒顺老陈醋有限公司

### 获取途径

本报告以电子版发布，投资者也可在上海证券交易所 (<http://www.sse.com.cn>) 和公司官网下载本报。

### 联系方式

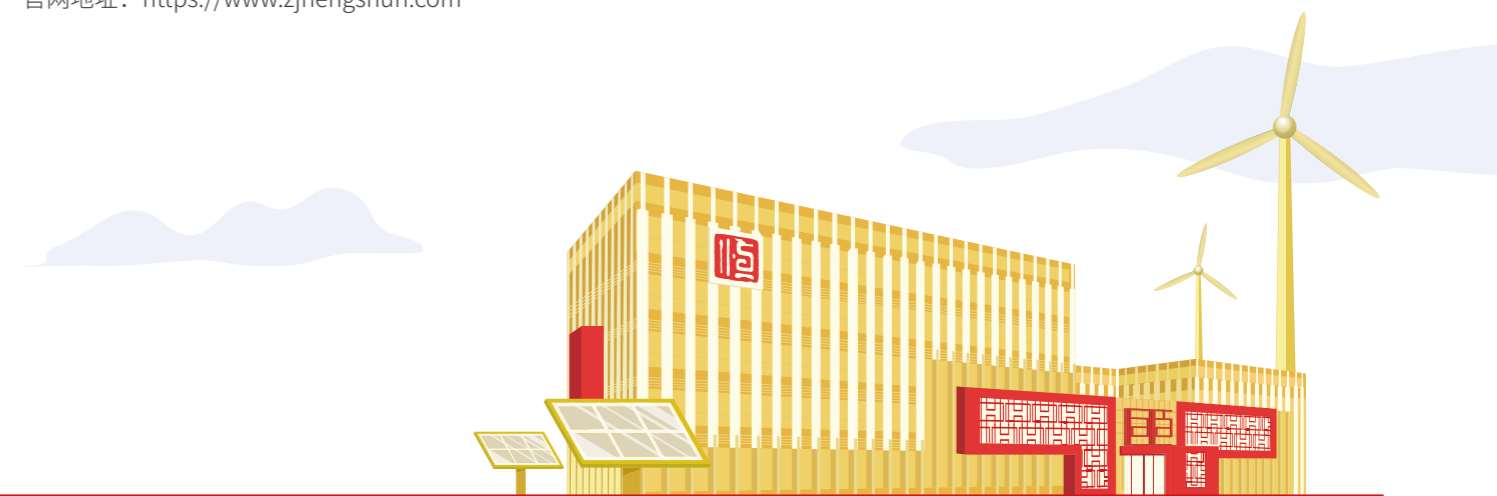
如对本报告有任何建议和意见，请通过以下方式与公司联系：

邮编：212028

电话：0511-85307708

传真：0511-84566603

官网地址：<https://www.zjhengshun.com>



## 董事长致辞

当前，全球食品产业正经历深刻而系统的结构性重塑。国际供应链格局加速重构，消费需求不断升级，多重变量交织叠加，绿色低碳已成为不可逆转的时代潮流。面对时代与社会递出的这份厚重考卷，恒顺醋业始终坚守“酿好每一滴醋”的初心，以守正创新为笔，以责任担当为墨，在 ESG 可持续发展的长卷上奋笔疾书，朝着“健康生活的调味专家”这一目标笃定前行。

### 以绿色为底色，绘就生态发展新篇

绿色低碳，是我们践行健康使命的生态根基。在生产端，我们锚定“双碳”目标，将环保理念贯穿生产经营全流程：危废规范管控，环境监测结果全达标；优化能源结构，推广清洁能源应用，2025 年清洁能源消耗量占总能源消耗量的 80.24%；实施技术改造，升级环保设施，持续降低污染物排放与能源消耗，单位产品用能成本较上一年度下降 15.38%；构建循环经济模式，可循环资源再利用，全年中水、冷凝水等循环回用水量 23.76 万吨；延长产业链路，将醋糟等副产物转化为有机肥料与饲料，变废为宝。在供应链端，我们响应产业生态化升级趋势，构建绿色供应链体系，严选低碳认证供应商并建立环境绩效评价机制，推动上下游协同减排；推行原料可溯源与本地化采购，与优质农产品基地建立长期合作，助力乡村振兴与产业共富，既保障原料安全与品质，也让发展成果惠及更多群体。从过去到未来，我们始终致力于以系统化“绿色工厂”实践筑牢生态屏障，让健康调味的底色更绿，让绿色发展的步伐更实。

### 以创新为引擎，拓展健康调味边界

创新驱动，是恒顺高质量发展的必然选择。2025 年，循着“健康中国”战略的脉动，恒顺将健康理念深植于千年酿艺与陶坛陈储的时光沉淀之中，在助力全民健康的道路上迈出坚实一步。恒顺持续推进数智化赋能产业革新，入选国家首批卓越级智能工厂，我们着力构建全链条品质管控体系，通过技术升级大力提升环境监测精准度与覆盖度，以严谨的标准体系与科学的管控态度，持续打磨产品品质，为消费者提供更优秀、更稳定、更健康的产品，切实守护大众舌尖上的安全。同时，我们全面深化产学研协同，与上海瑞金医院宁光院士团队开展深度合作，聚焦食醋健康功能挖掘与应用场景拓展，顺应“药食同源”健康理念，推动产品从传统调味品向更高层次的“食养融合”载体升级。未来，我们将持续聚焦国民消费升级需求，在食醋健康领域深耕细作，开发更多适配现代健康生活的产品，不断拓宽健康调味的边界，让千年酿艺在创新中焕发新生。

### 以责任为担当，传递恒顺众生理念

恒顺众生——顺随众生善性所需，是恒顺传承百年不变的责任底色。我们坚持以人为本，2025 年，恒顺醋业工会正式成立，还召开了首届职工代表大会，进一步健全职工民主管理机制，全力保障员工合法权益；在日常中，持续打造安全、和谐、尊重的工作环境，完善职业健康与技能成长体系，丰富职工关怀方式与路径，让每一位恒顺人都能安心立业、稳步成长。我们积极践行社会责任，“恒大哥顺大嫂”志愿服务队以“恒”心深耕公益沃土，以“顺”意响应时代所需、民生所盼，相关工作成果入选 2025 年江苏省思想政治工作创新成果优秀案例。我们高度重视非遗保护与传承，悉心守护恒顺香醋酿制技艺这一国家级非物质文化遗产，酱菜、百花酒、酱油等省、市、区级非遗项目，完善非遗保护机制，建立技艺传承体系，培养新一代酿造匠人，让传统酿造技艺薪火相传。在坚守传统核心技艺的基础上，我们努力推动非遗文化与现代生活相融，通过中国醋文化博物馆这一窗口，让千年醋韵走进大众视野，使中华传统酿造智慧得以永续传承。未来，我们将持续厚植责任担当，把人文关怀、社会公益与品牌使命深度融合，守护非遗根脉，传递健康温度，展现国企担当。

从精挑细选每一粒糯米，到匠心酿成每一滴香醋，恒顺将“守正创新”的理念融入到生产经营的每一个环节，在百年传承中走出了独具特色的可持续发展之路。面向未来，恒顺将继续以匠心守护百年品牌，以创新驱动产业升级，以绿色引领低碳发展，以责任回馈社会信任，用更安心的产品、更环保的生产、更有温度的担当，与时代同行、与社会共进，与每一位消费者共享更加健康美好的生活。

# 走进恒顺醋业

## 公司介绍

江苏恒顺醋业股份有限公司始创于 1840 年清道光年间，是国家首批中华老字号企业之一。公司拥有的镇江恒顺香醋酿制技艺于 2006 年入选首批国家级非物质文化遗产名录。

恒顺醋业为全国食醋行业首家上市公司（股票代码：600305），也是目前国内规模较大、现代化程度较高的食醋生产企业。

公司食醋年产能可达 50 万吨，销量占醋市场份额的 10%，产销量连续 20 多年保持全国领先，料酒销售额稳居行业前三，酱料品牌位列排行榜百强前十。围绕产品质量与食品安全，公司建立了“从一粒米到一滴醋”的全程可追溯体系，覆盖原料基地管理、生产加工流转、仓储物流运输及终端市场服务四个环节，共设置 138 道控制点，实现“从农田到餐桌”的全产业链食品安全管理体系全覆盖。在质量管理体系基础上，公司引入 HACCP（哈斯普）体系、BRCGS 全球食品安全标准、GAP 认证及有机产品认证等相关体系，体系通过率达 100%。

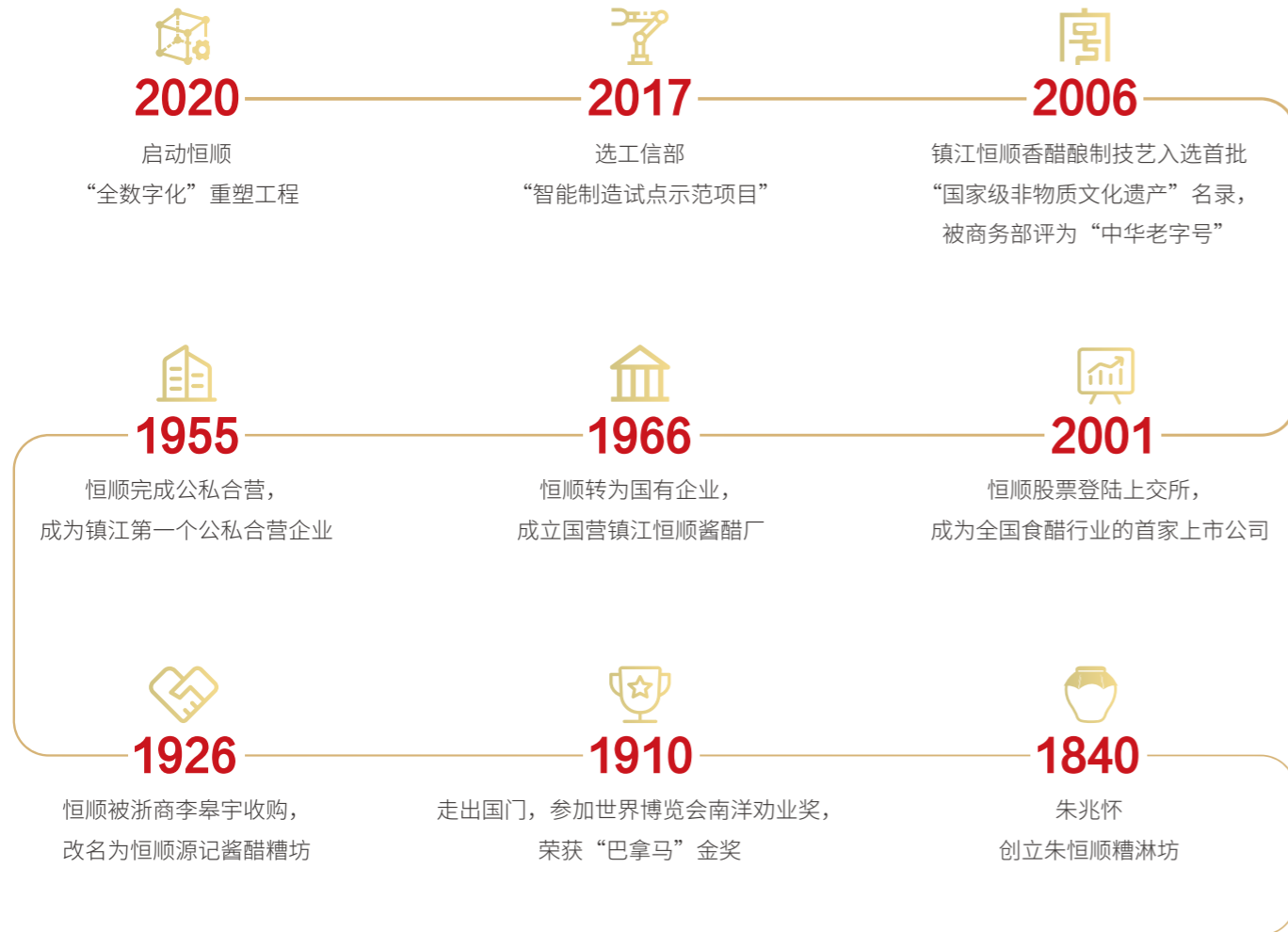
公司始于	经历发展	主导食醋产品连续	食醋年产量
1840 年	180 余年	20 多年	30 万吨

(调味品协会口径)

## 企业文化



### 发展历史



### 业务布局

恒顺醋业为全国食醋行业首家上市公司，是目前国内规模较大、现代化程度较高的食醋生产企业。公司以生产和销售食醋、酱油、酱菜、复合调味料及调味剂等系列调味品为核心，同时开展副食品、粮油制品、饮料、色酒、恒顺牌恒顺胶囊及相关保健食品的生产与销售，并涉及粮食收购以及预包装食品和散装食品的批发与零售业务。

在持续巩固主业、推动基础调味品业务稳步发展的同时，公司结合消费升级趋势，积极拓展相关业务领域，开发符合市场需求的新产品，逐步形成“双轮驱动”的业务发展格局。截至目前，公司已设立山西恒顺老陈醋有限公司、恒顺重庆调味品有限公司、徐州恒顺万通食品酿造有限公司、江苏恒顺沐阳调味品有限公司、镇江恒顺酒业有限责任公司、镇江恒顺文化旅游发展有限公司、江苏恒顺食品科技有限公司、镇江恒顺新型调味品有限责任公司、武汉市鑫恒顺商贸有限责任公司、江苏百花酒业有限公司、江苏恒顺国际贸易有限公司等多家不同类型的子公司。

公司产品已覆盖全国市场，出口全球 80 多个国家和地区，同时进入中国南极长城考察站及北京人民大会堂供应链。



### 荣誉与成果



2024 年度江苏省科学技术奖  
江苏省科学技术厅



国家卓越级智能工厂  
工业和信息化部、国家发展改革委、国务院国资委、  
市场监管总局、财政部、国家数据局



全国调味品行业科技成果创新大赛优秀奖  
中国调味品协会



2024 年度江苏省行业领域优秀科技进展  
(现代农业领域)  
江苏省科学技术协会现代农业领域学会联合体



创新创业成果奖  
中国发明协会



第四届“中食杯”发酵食品创新大赛金奖  
全国食品发酵标准化中心



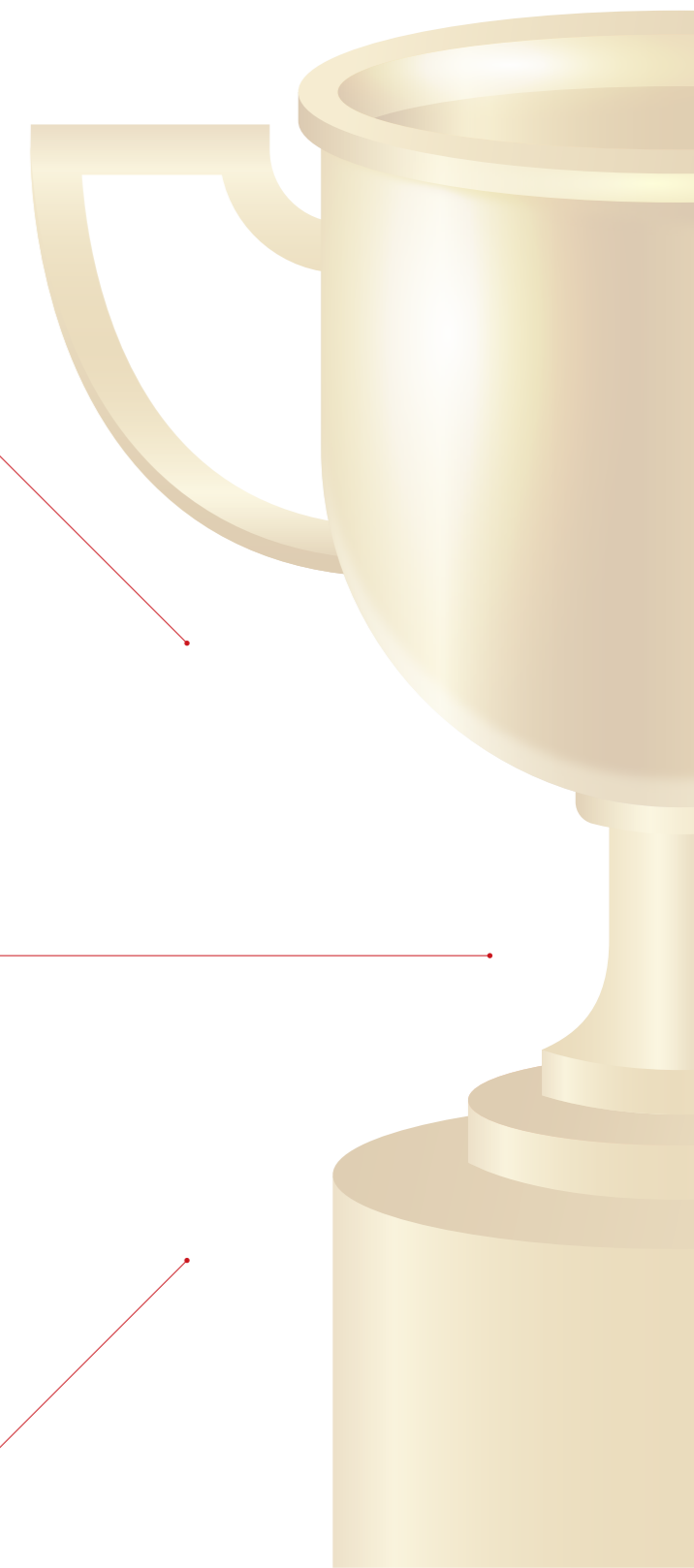
教育部科学研究优秀成果奖(自然科学和工程技术)  
教育部



农业产业化国家重点龙头企业  
农业农村部



长三角名优食品 - 沙棘口服醋  
上海市食品协会 江苏省食品行业协会  
浙江省食品工业协会 安徽省食品行业协会



## 可持续发展管理

### 可持续发展目标与回应 SDGs

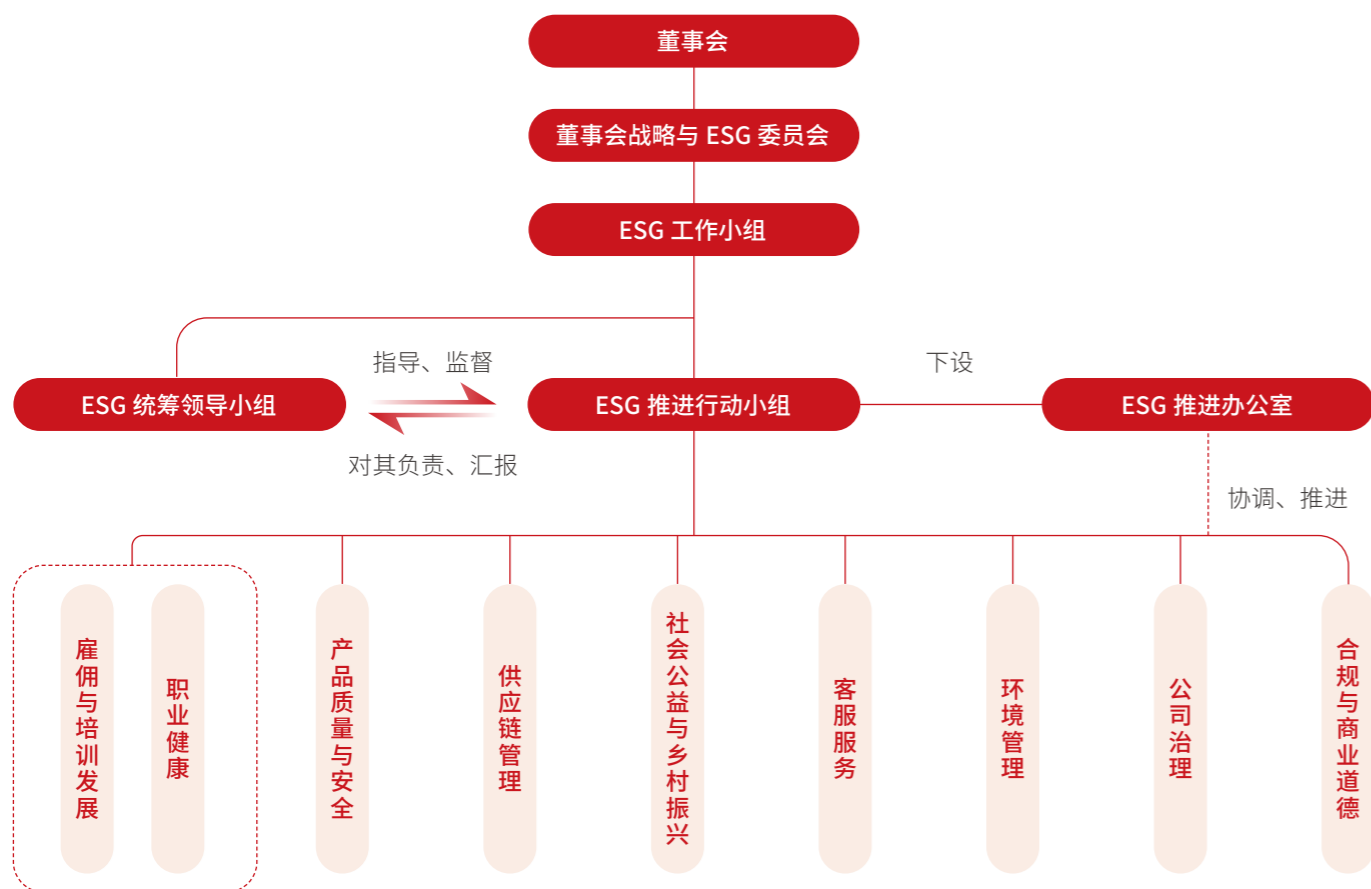
公司制定了覆盖环境、社会与公司治理维度的中长期战略目标，并定期跟踪各维度下 ESG 管理目标完成进展，确保可持续发展工作的有效落地，助力公司高质量成长与社会价值共生。

重要性议题	回应 SDGs	管理目标	目标进展
产品和服务安全与质量	 	1、确保 BRCGS《食品安全全球标准》、ISO 9001 质量管理体系、HACCP 体系、CNAS 实验室认可、GAP、有机产品认证通过率 100%，并维持认证有效性； 2、建立并实施覆盖所有终产品出厂批批检验，确保终产品出厂合格率 100%。	公司六大体系运行平稳，通过率 100%；产品质量稳定，监管部门质量抽查合格率、出口商检合格率和终产品出厂合格率均为 100%，全年未发生重大质量与食品安全事故。
能源利用	  	1、到 2026 年，实现单位产品综合能耗较 2020 年下降 8%；2、到 2026 年，生产过程中可再生能源使用占比达到 5%。	持续深化能源精细化管理，扎实推进绿色低碳转型，能源管控成效显著。2025 年，单位产品综合能耗较 2020 年下降 10.27%，超额完成阶段性节能目标；生产环节可再生能源应用稳步提升，使用占比达到 5.05%，能源结构持续优化，为高质量发展筑牢绿色节能根基。
员工	  	1、员工培训覆盖率不低于 90%，确保每年至少开展一次全员安全生产与技能提升培训； 2、员工满意度调查覆盖率不低于 80%，并基于反馈结果制定至少一项改善措施。	报告期内员工培训覆盖率 100%，规范开展安全生产专项培训及各类业务技能培训，切实提升员工安全意识与综合业务能力；员工满意度调查覆盖率 100%，根据调查结果汇总分析，结合员工反馈意见，制定并推进落实关于就餐、绿化环境、办公设施等后勤服务的针对性改善措施，持续优化内部管理与员工体验。
应对气候变化		1、2026 年万元产值综合能耗不高于 0.042 吨标煤 / 万元。	2025 年已下降至 0.041 吨标煤 / 万元。

重要性议题	回应 SDGs	管理目标	目标进展
供应链安全	   	1、原料、包材、设备供应商阳光廉洁协议签订率不低于 70%； 2、原辅料、包材供应商质量保证协议签订率不低于 70%；3、原辅料、包材供应商清洁运输管理制度签订率不低于 70%。	1、原料、包材、设备供应商阳光廉洁协议签订率达 52.94%； 2、原辅料、包材供应商质量保证协议签订率达 72%； 3、原辅料、包材供应商清洁运输管理制度签订率不低于 72%。
水资源利用	 	1、到 2030 年，单位产品取水量较基准年下降 3%；2、生产废水排放达标率保持 100%。	公司对用水损失与排放进行严格管理，漏失率控制在 1.8%，废水实现 100% 达标排放，并通过用水计划与定额管理机制，将用水量控制纳入月度考核体系，实现实际用水量低于定额指标的管理目标。
废弃物处理	 	1、确保生产过程中产生的固体废弃物合规处置率达到 100%。	2025 年，固体废物合规处置率 100%。
数据安全与客户隐私保护	 	1、保持 0 起重大数据安全违规事件，0 起客户隐私投诉导致的监管处罚。	2025 年，公司未发生信息泄露相关事件。
创新驱动		1、保持研发投入强度不低于行业平均水平，确保每年新增与生产工艺优化或产品健康属性相关的专利或核心技术。	2025 年，公司研发费用共投入 9392.25 万元，占营业收入的 4.11%；研发人员共 152 人，占比 8.11%。
循环经济	  	醋糟循环利用率达 100%。	2025 年，公司共产生 91041 吨醋糟，均已实现循环回收利用。
污染物排放	  	1、确保所有生产基地的废水、废气排放 100% 符合国家及地方污染物排放标准。	2025 年，公司废水、废气、粉尘排放合格率符合生态环境部门规定。

## ESG 治理体系

作为调味品行业的代表企业，恒顺醋业积极响应联合国《2030 年可持续发展议程》，将环境、社会及治理（ESG）理念融入公司经营管理全过程，推动可持续发展理念在企业运营中的落实。公司将 ESG 管理纳入顶层治理架构，已于 2025 年 4 月将董事会下设战略委员会升级为战略与 ESG 委员会，统筹负责 ESG 战略管理，审议可持续发展及 ESG 相关规划与制度，监督 ESG 工作的执行，审议可持续发展报告，并识别、监督对公司业务具有重大影响的 ESG 风险与机遇。执行层面，公司设立 ESG 工作小组，持续跟踪政策动态，结合交易所相关要求，依据财务实质性原则开展实质性议题识别与分析工作，推动可持续发展理念与公司经营发展相融合。



## 尽职调查

恒顺醋业将可持续发展理念全面融入战略布局，严格遵循国内外相关规范及政策导向，搭建多领域动态风控体系，实现可持续发展与经营业务的深度融合，为企业高质量发展筑牢合规与责任防线。

为统筹推进相关尽职调查工作，公司设立战略与 ESG 委员会作为核心治理主体，负责统筹规划、流程监督及治理衔接，保障尽职调查工作规范、独立、有序开展，提供坚实的顶层制度保障。在调查覆盖层面，公司构建了全流程、多维度的尽职调查格局，建立了“监督 - 评价 - 整改 - 提升”的闭环管理机制。审计风控部每年开展内控自我评价，对销售、采购、资产等核心流程进行测试，并出具评价报告。针对发现的问题，建立清单、明确责任与时限，跟踪整改直至完成，实现管理闭环。

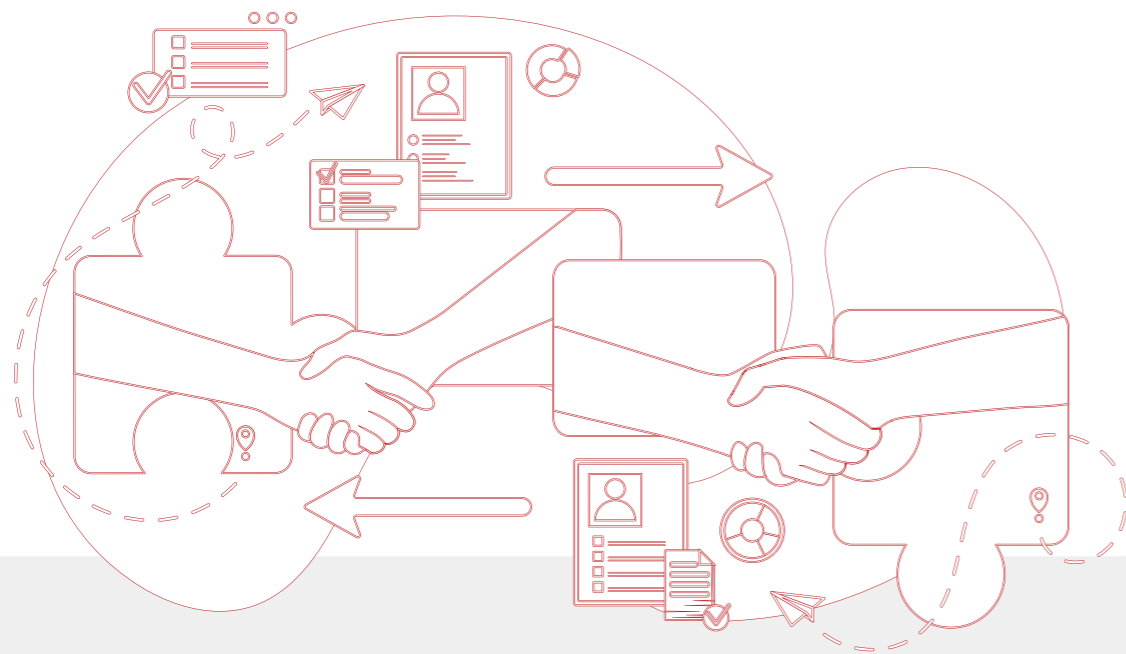
公司持续开展全业务环节风险排查，并已将可持续发展风险正式纳入风险管理体系，通过《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》明确了 ESG 风险的识别、评估与应对流程，不断优化尽职调查流程与标准，确保风险应对与企业战略发展保持协同一致。

## 利益相关方沟通

恒顺醋业深知各利益相关方的意见与期望对公司的运营与发展有着重要的影响，时刻关注内外部利益相关方的意见与诉求，坚持构建多元化的沟通机制，同利益相关方建立紧密联系，通过更多渠道、更多方式与利益相关方积极开展沟通，持续优化公司的可持续发展策略并接受来自各利益相关方的监督。恒顺醋业参考证监会《上市公司治理准则》、《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）》、《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》以及 AA1000 SES 利害关系参与原则，结合其中对利益相关方的定义和描述，确定了股东 / 投资者、客户、供应商、员工、政府 / 监管机构、社区和环境作为公司关键利益相关方的主要类型。

利益相关方类别	沟通方式及频率	期望与诉求
股东 / 投资者	股东大会（年度） 投资者交流会（不定期） 业绩说明会（季度） 公司官网发布信息（不定期）	持续研发投入 加强产品质量 健全治理体系 规范定期信披 落实廉洁培训
客户	客户满意度调查（年度） 回应客户投诉（不定期） 客户拜访（不定期） 年度客户大会（年度）	产品和服务安全与质量 数据安全与客户隐私保护 供应链安全 营养与健康 创新驱动
供应商	公开采购（不定期） 供应商大会（年度） 供应商访谈（不定期） 供应商审核（不定期）	供应链安全 产品和服务安全与质量 平等对待中小企业 利益相关方沟通 反商业贿赂及反贪污

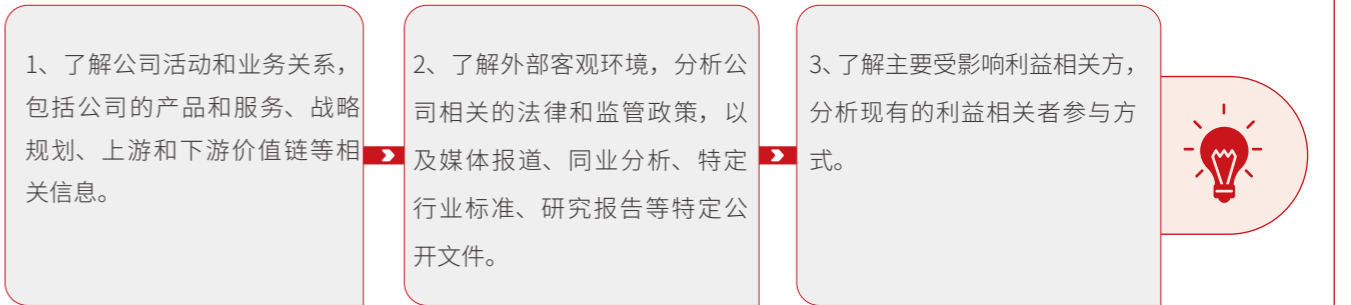
利益相关方类别	沟通方式及频率	期望与诉求
员工	职工代表大会（定期） 员工考核（年度） 员工培训（定期） 员工意见箱（不定期）	进行员工流失率分析 制定系统培训计划 丰富福利待遇 优化工作环境与设施 落实举报人保护
政府 / 监管机构	政府项目申报（不定期） 参与行业规划制订（不定期） 政府调研（不定期） 邀约访谈（不定期）	产品和服务安全与质量 环境合规管理 污染物排放 废弃物处理 反商业贿赂及反贪污
社区和环境	社交媒体平台（定期） 环境报告发布（年度） 社区活动（不定期） 公益活动参与（不定期）	产品和服务安全与质量 水资源利用 废弃物处理 污染物排放 环境合规管理
经销商	社交媒体平台（定期） 环境报告发布（年度） 新闻发布会（不定期） 参加公益活动（定期）	产品和服务安全与质量 供应链安全 创新驱动 利益相关方沟通 反不正当竞争



## 可持续发展重要性议题评估

公司于 2024 年及 2025 年持续开展 ESG 议题识别、重要性评估及筛选工作，对所识别的 22 项议题的管理与实践情况进行系统梳理，并在报告中进行相应披露与回应，不断完善 ESG 信息披露体系建设。

### 梳理公司活动和业务背景关系



### 建立议题清单

在交易所《指引》设置的 21 项议题基础上，结合监管政策、区域法规、行业标准，并参考可持续发展长期表现较为优异的同业或价值链上下游公司，增加同业关注度较高的特异性议题，最终形成共计 22 项的识别议题清单，其中包括：



### 议题重要性的评估与分析

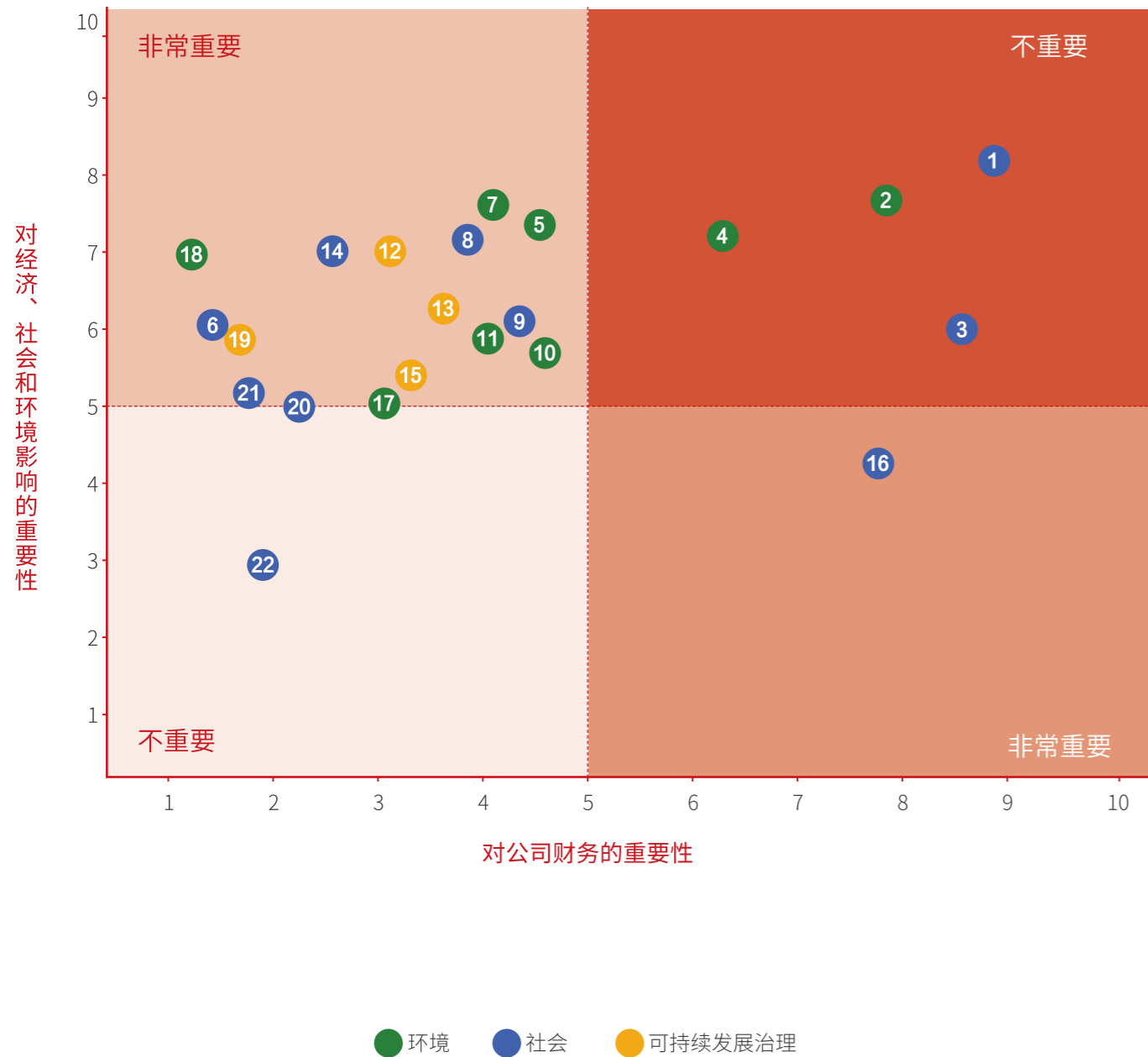
参考交易所重要性议题识别流程，公司邀请利益相关方对议题重要性程度进行问卷填写，并结合内部员工对议题重要性程度的评价，分别从财务重要性和影响重要性两个方面对议题开展重要性评估。对于财务重要性，考虑议题是否预期在短期、中期和长期内对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响。对于影响重要性，考虑在相应议题维度的表现是否会对经济、社会和环境产生实际或者潜在重大影响，同时也结合利益相关方调查问卷的结果来对议题的影响重要性进行量化评估。

### 确认重要性议题

恒顺醋业根据议题评价结果构建重要性分析矩阵，获得议题重要性高低的排序结果，对于重要性高的议题，报告进行重点披露。公司对议题设定阈值，并根据优先级排序，确保了资源能够集中投入到最为重要的 ESG 议题上，有效推动公司的可持续发展。

## 重要性议题分析结论

恒顺醋业根据以上评估流程，获得议题重要性判定结果并根据优先级排序，构建重要性分析矩阵，最终筛选出 4 项具有双重重要性的议题，包括产品和服务安全与质量、能源利用、员工、应对气候变化。



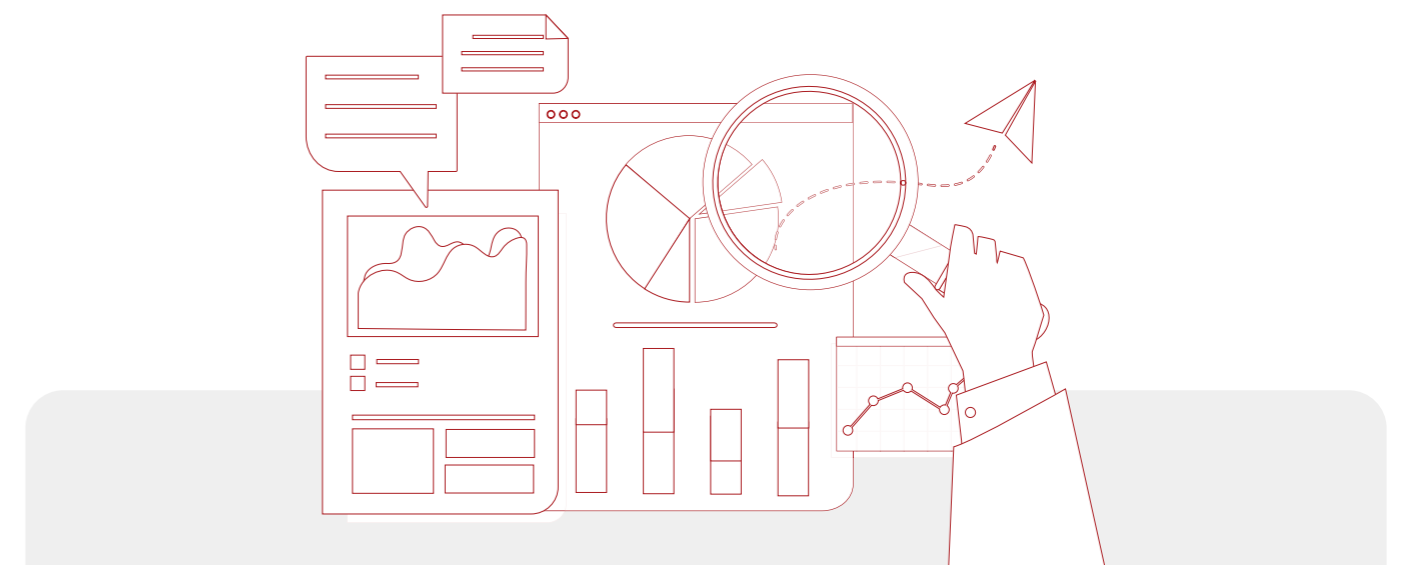
象限	综合排名	重要性议题	议题归属类型
双重重要性议题	1	产品和服务安全与质量	社会
双重重要性议题	2	能源利用	环境
双重重要性议题	3	员工	社会
双重重要性议题	4	应对气候变化	环境
财务重要性议题	5	供应链安全	社会
影响重要性议题	6	水资源利用	环境
影响重要性议题	7	废弃物处理	环境
影响重要性议题	8	数据安全与客户隐私保护	社会
影响重要性议题	9	营养与健康	社会
影响重要性议题	10	环境合规管理	环境
影响重要性议题	11	生态系统和生物多样性保护	环境
影响重要性议题	12	尽职调查	可持续发展治理
影响重要性议题	13	反商业贿赂及反贪污	可持续发展治理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

## 重要性议题风险与机遇分析

恒顺醋业根据以上评估流程，获得议题重要性判定结果并根据优先级排序，构建重要性分析矩阵，最终筛选出 4 项具有双重重要性的议题，包括产品和服务安全与质量、能源利用、员工、应对气候变化。

议题	风险和机遇	风险 / 机遇描述及影响方式
产品和服务安全与质量	风险	1. 食品安全事件引发品牌声誉受损、消费者信任危机及监管处罚，导致市场份额下滑和收入下降；2. 原材料质量波动或供应商管理不善影响产品稳定性，增加生产成本并削弱市场竞争力；3. 消费者健康意识提升及法规趋严带来转型风险，若产品升级滞后将面临市场淘汰。
	机遇	1. 通过建立全链条质量追溯体系与高标准品控，可强化品牌信誉，吸引健康意识强的消费者，提升溢价能力；2. 研发低糖、有机等高品质健康新品，可开拓新消费市场，驱动收入增长；3. 卓越的质量安全记录有助于获得国际认证，突破贸易壁垒，拓展海外市场。
能源利用	风险	1. 物理风险：极端天气或自然灾害导致电力供应中断，影响生产连续性，增加运营成本；2. 转型风险：能源价格波动或碳价上涨推高生产成本，压缩利润空间；3. 转型风险：能源消耗总量和强度控制政策可能限制产能扩张或增加合规成本。
	机遇	1. 提升能源效率可降低单位产品能耗与成本，增强产品价格竞争力；2. 投资可再生能源（如厂区光伏）可稳定长期能源成本，并提升绿色品牌形象；3. 应用节能技术和设备可获得政府补贴或税收优惠，改善现金流。
员工	风险	1. 员工老龄化与技能断层可能导致生产效率下降、传统工艺失传，影响产品品质与品牌声誉；2. 员工健康与安全事故可能引发生产中断、法律诉讼及赔偿，增加运营成本与声誉风险；3. 核心人才流失或激励不足可能削弱研发与创新能力，影响市场竞争力与长期发展战略。

议题	风险和机遇	风险 / 机遇描述及影响方式
员工	机遇	1. 公司处于“规模扩张”向“质效提升”转型期，数字化转型为人才优化提供支撑，通过数字化培训助力员工技能升级，可提升生产效率、产品质量与创新能力，增强品牌价值与市场占有率；2. 改善员工福利与安全工作环境可降低流失率、提升忠诚度，吸引优秀人才并提高生产效率；3. 推动员工多元化与包容性可激发创新思维、拓展市场洞察，助力新产品开发与市场拓展。
应对气候变化	风险	1. 物理风险：极端气候事件（如洪涝、干旱）可能破坏原料（糯米、高粱等）供应链，导致生产成本上升或生产中断；2. 转型风险：碳排放政策趋严可能增加能源成本，或面临碳配额购买支出，影响利润率。
	机遇	1. 开发并推广低碳、环保包装的食醋产品，可吸引环保意识强的消费者，开拓新市场；2. 采用节能设备与可再生能源（如厂房屋顶光伏），可降低长期能源成本，提升运营韧性。





# 01 匠心酝治 稳健发展

良好的公司治理是企业可持续发展的核心基石，更是 ESG 体系建设的关键支撑。2025 年，恒顺醋业严格遵循法律法规与监管要求，持续优化法人治理结构，完成治理架构调整并修订核心制度，构建起权责分明、有效制衡、科学决策的治理体系。公司规范三会运作，推动董事会专业化、多元化建设，建立与业绩深度挂钩且融入 ESG 理念的薪酬考核机制，切实保护投资者权益并坚持可持续分红。同时，以党建引领发展全局，将商业道德、合规经营、风险管理与知识产权保护深度融入治理各环节，筑牢廉洁合规防线，健全风险防控体系，以完善的治理实践维护各利益相关方合法权益，为企业高质量发展夯实制度根基，推动 ESG 理念与公司经营发展深度融合。

## 2025 年关键绩效

截至报告期末，公司共 9 名董事，其中独立董事占比 33.3%，女性董事占比 11.1%。  
2025 年度公司拟向全体股东派发现金红利为人民币 1.328 亿元（含税），占归母净利润的比例 92.44%。  
2025 年，已完成 292 个风险点逐条抽样测评。

## ESG 中期目标

持续加强反腐败合规管理与员工培训。

## 回应的 SDGs 可持续发展目标



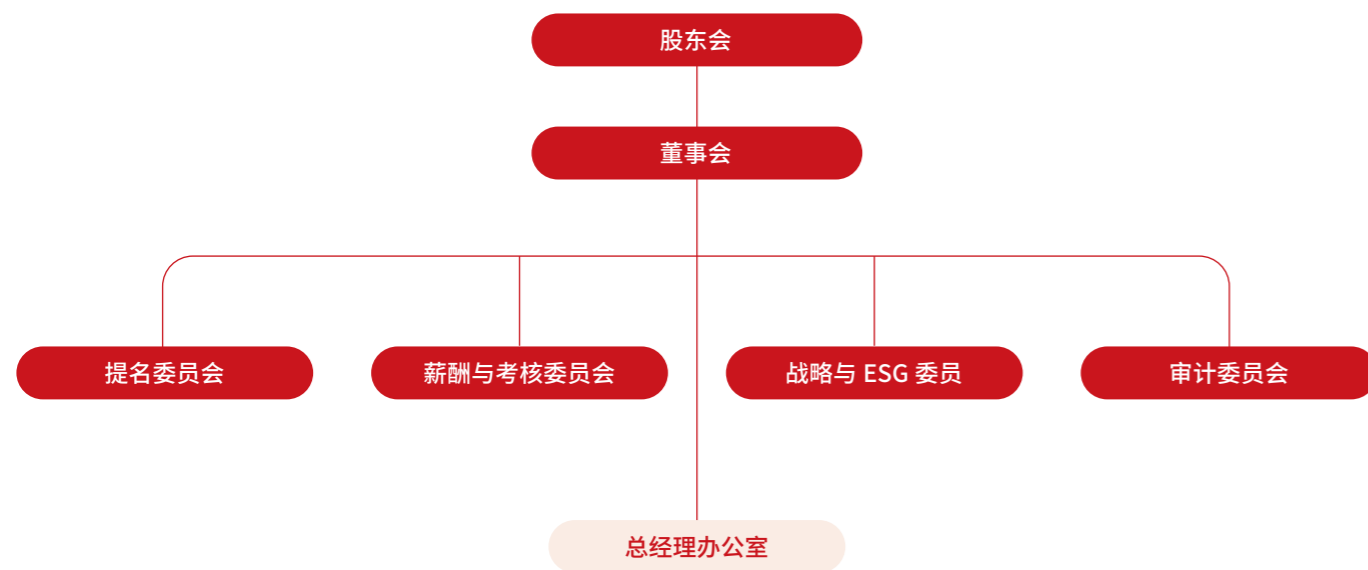
## 公司治理

良好的公司治理是企业实现可持续发展的核心基石，更是 ESG 体系建设的重要支撑。公司已构建起权责分明、各司其职、有效制衡、科学决策、协调运作的法人治理结构，为公司高质量发展筑牢制度保障，切实维护全体股东、员工及各利益相关方的合法权益。

## 公司治理架构

公司严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规及监管部门要求，以制度建设为核心，不断优化法人治理结构，形成了层级清晰、运行高效的治理架构体系。2025 年，公司结合最新监管要求和自身经营实际，对治理架构进行优化调整，取消监事会，其原有职权由董事会审计委员会行使，同步修订《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》及审计委员会实施细则等相关制度，确保各项职权履行有章可循、规范有序。

董事会作为公司决策核心，下设战略与 ESG 委员会、提名委员会、审计委员会及薪酬与考核委员会 4 个专门委员会，各专门委员会均按照公司治理和内部控制的相关制度规范运行，在战略规划、董事提名、财务审计、薪酬考核等方面发挥专业支撑作用，充分保障股东权益以及公司的规范发展。总经理办公室作为经营管理层的执行机构，在董事会授权下履行谋经营、抓落实、强管理的职责，确保董事会各项决策部署落地执行。



同时，公司坚持党建与公司治理深度融合，明确党委把方向、管大局、促落实的核心作用，在决定重大经营管理事项前，事先听取公司党委的意见，确保公司经营发展与党的要求保持高度一致，推动党建工作与生产经营同频共振、互促共进。

## 三会运作

公司严格按照《公司章程》及相关议事规则，规范股东会、董事会及各专门委员会的召集、召开和表决程序，确保三会运作的规范性、有效性和科学性，充分发挥各治理主体的职能作用。

### 股东会

公司严格遵循《公司法》及公司章程召开股东会，采用现场与网络投票相结合的方式，并为中小股东参会提供便利。会议程序规范，审议关联交易等事项时关联股东均回避表决。公司充分保障股东，特别是中小股东的知情权、参与权与表决权。

### 董事会

2024 年公司完成董事会换届，第九届董事会由 9 名董事组成（含 3 名独立董事、1 名女性董事及 1 名职工董事），结构合理，专业背景多元。2025 年，董事会共召开 6 次会议，出席率 100%，审议通过定期报告、关联交易、重大投资等 40 项重要议案，勤勉履行决策职责，有效支撑公司战略与经营。

### 监事会

2024 年换届后，第九届监事会由 3 名成员组成（含外部监事与职工监事），依法履行监督职责。2025 年，公司经法定程序审议通过，已撤销监事会，其职权由董事会审计委员会承接。

### 董事会各专门委员会

2025 年，董事会各专门委员会共审议议案 28 项，为董事会决策提供专业支持。其中，审计委员会召开 6 次会议，监督财务与内控；战略与 ESG 委员会召开 1 次会议，审议重大投资及 ESG 事项；提名委员会召开 1 次会议，负责董事提名；薪酬与考核委员会召开 3 次会议，修订董事津贴制度并考核高管薪酬。

### 【关键绩效】

	公司董事会董事	其中女性董事	占比	独立董事	占比
	9 名	1 名	11 %	3 名	33.33 %
截至报告期末	召开股东会	审议议案	召开董事会会议	审议议案	董事参与比例
	2 次	12 个	6 次	40 个	100 %

## 董事会专业化、多元化与独立性

公司持续推进董事会多元化建设，在董事选任中综合考虑性别、年龄、专业背景等因素，以提升决策的科学性与专业性。截至 2025 年末，第九届董事会 9 名董事中，包括 3 名独立董事（分别具备会计、法律及食品行业专长）、1 名女性董事及 1 名职工董事，实现了专业、性别与代表性结构的合理搭配。董事会成员在各自领域具备丰富经验，形成了专业与实践的互补，为战略决策与经营管理提供了有力支持。

董事提名与选举程序严谨规范。职工董事由职工代表大会选举产生，非职工董事通过股东大会累积投票制选举。各专门委员会委员由董事长、半数以上独立董事或三分之一以上董事提名，董事会选举产生。其中，审计委员会由 5 名非高管董事组成（含 3 名独立董事，其中 1 名为会计专业人士），薪酬与考核委员会全部由外部董事组成（含 3 名独立董事）。该架构保障了各委员会独立、专业、高效地履行职责。

## 董事及高管薪酬与考核

公司建立了与业绩、绩效紧密挂钩的薪酬管理与考核体系，并探索融入 ESG 理念，结合短期与长期激励，以有效激发团队积极性，推动公司长远发展。

### 薪酬管理体系

公司对董事实行董事风险津贴制度，并制定了《公司董事津贴制度》。管理层薪酬体系科学合理，综合考虑公司业绩、市场水平、行业特点及个人绩效，确保公平性与激励性。薪酬结构包括：

**岗位工资：**基于职位与职责确定，体现岗位价值，提供稳定保障。

**绩效工资：**与绩效考核结果直接挂钩，强化业绩导向。

**福利：**涵盖法定及补充福利（如健康保险、带薪休假、培训等），提升满意度与归属感。

### 绩效考核制度

公司对董事及管理层实施全面绩效评估，涵盖财务与非财务两个维度：

**财务指标：**包括营业收入、净利润、资产回报率等，反映经营成果。

**非财务指标：**包括市场拓展、产品创新、团队建设、内控等，关注长期发展潜力。

多维度的考核旨在规避短期行为，引导团队兼顾短期目标与长期战略。

### 中长期激励计划

为绑定管理层、员工与股东利益，公司于 2024 年实施了中长期激励方案：

**股权激励计划：**向 367 名激励对象授予 591.72 万股限制性股票。

**员工持股计划：**涉及 91 名激励对象，授予 9.26 万股。

该计划有效吸引了人才，激发了核心团队动力。2025 年，公司严格依据相关管理办法，对第一个解锁期业绩进行考核。因公司层面业绩未达解锁条件及部分人员离职，公司已按规回购并注销相应股份，确保了激励计划的严肃与公正。

### ESG 理念与薪酬考核融合

为促进可持续发展，公司积极探索将 ESG 因素纳入绩效考核体系，涉及环境保护、社会责任履行及公司治理水平提升等方面。通过将高管薪酬与更广泛的环境、社会及治理目标对齐，引导其在经营管理中更全面地考量 ESG 因素，推动公司实现经济、环境与社会的综合价值提升。

## 投资者权益保护与可持续分红

公司高度重视投资者关系管理和投资者权益保护，始终将股东利益放在重要位置，制定持续、稳定的利润分配政策，坚持高比例现金分红，同时不断完善信息披露制度，建立多层次投资者互动机制，切实保障投资者的知情权、收益权、参与权等合法权益，增强投资者对公司的信心。

### 信息披露

公司严格遵守法律法规，持续完善信息披露制度体系，于 2025 年修订《信息披露事务管理制度》并制定《信息披露暂缓与豁免管理制度》。公司始终遵循“真实、准确、完整、及时、公平”原则，建立了严格的内核流程，并制定《内幕信息知情人管理制度》等，有效防范内幕交易风险。2025 年，公司信息披露无差错更正情形，并在沪市上市公司信息披露工作评价中获评 B 级。

### 投资者互动

公司制定了《投资者关系管理工作制度》，建立多层次、多渠道的沟通机制。董事长通过股东会、业绩说明会等活动，直接与投资者交流。公司还通过邮件、热线电话、策略会等多种方式保持日常沟通，及时回应投资者关切。2025 年，公司共召开 3 次业绩说明会、1 次投资者交流会，并接待 3 次（投资者 35 人）实地参观醋博物馆活动，有效增进了投资者对公司的了解与信心。



**【关键绩效】 2025年**

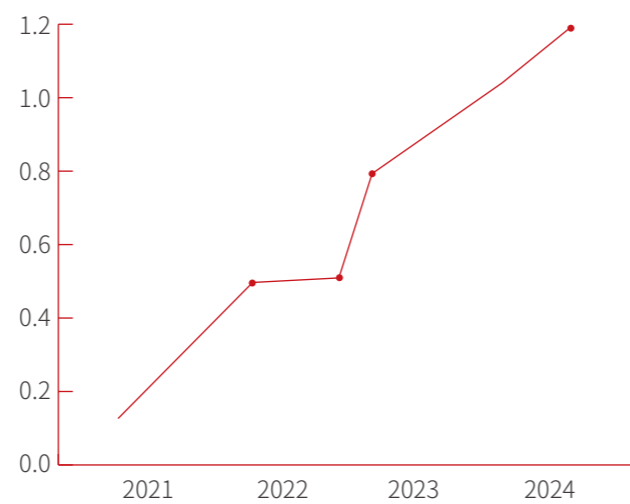
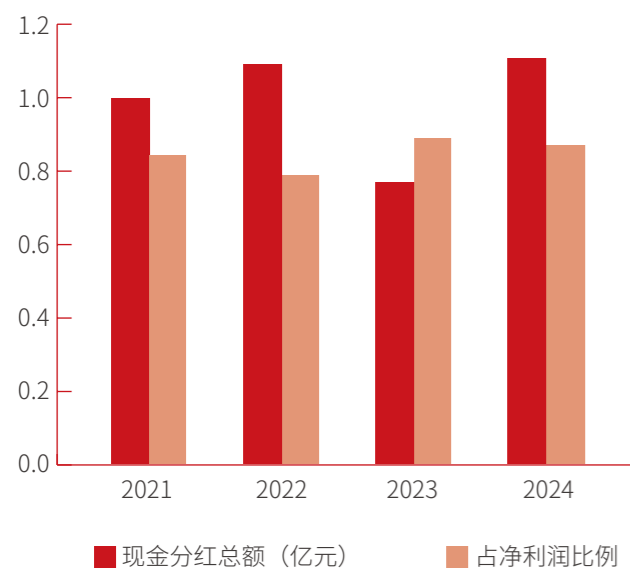
公告发布 <b>106</b> 份	业绩说明会 <b>3</b> 次	投资者交流会 <b>1</b> 次	接待实地调研 <b>3</b> 次
----------------------	---------------------	----------------------	----------------------

## 党建引领

### 强化理论武装，筑牢思想根基

公司结合自身发展阶段、实际经营情况、未来发展目标、资金成本及盈利能力等因素，兼顾公司全体股东的整体利益及公司的可持续发展，制定了持续、稳定、科学的利润分配政策。2019年以来，公司每年现金分红比例均超过当年归母净利润的50%。2024年，公司进一步制定了《未来三年（2024-2026年度）股东分红回报规划》，明确了未来分红预期，为投资者提供明确的收益预期，持续增强投资者对公司发展的信心。2025年度公司拟向全体股东派发现金红利为人民币1.328亿元（含税），占归母净利润的比例92.44%。

公司坚持党建引领，将党建工作深度融入生产经营、企业文化与人才建设。2025年，在公司党委领导下，公司深入学习贯彻中央精神，以深化党建品牌为抓手，强化组织建设，推动党建与业务深度融合，为企业高质量发展提供坚强保障。



**2025年党建荣誉**

- 2024-2025年度江苏省企业文化优秀成果二等奖
- 基层思想政治工作典型案例
- “奋进新征程”主题企业思政工作创新成果优秀短视频

## 加强组织建设，夯实党建基础

完成基层党组织架构优化，组织体系进一步完善。2025 年，创成市级“四星示范”党支部 1 个、“四星”党支部 1 个。全年开展党建特色活动十余次；团委推出红色剧本杀、青春诗会等系列活动，并联合开展“爱心暑托班”（接待 160 人次）；妇联开展关爱空巢老人、民族团结等主题活动，醋文化博物馆获评“全国爱心妈妈驿站”。

## 优化人才建设，强化队伍支撑

坚持党管干部原则，规范开展选任工作，2025 年提拔调整中层管理人员 37 人。创新开展中层管理人员适岗评价，发放问卷 845 份、个别谈话 972 人次。加强“恒顺红领”年轻干部培养，开展专题培训 2 次、座谈 1 次，全年提拔使用“红领”高管培养对象 10 人、中层副职培养对象 5 人。

## 打造企业文化，凝聚发展合力

内宣方面，更新党务公开栏 12 期，编印《百年恒顺》内刊 12 期。外宣方面，全年报道 139 篇（省级以上 41 篇），运营“恒顺众生 1840”公众号/视频号，推送文章 172 篇，阅读量超 40 万。打造“恒大哥顺大嫂”志愿服务品牌，相关实践获评“江苏省企业文化建设优秀成果”。

## 推动党业融合，赋能企业发展

围绕“做强主业、做大副业”战略，党委班子全年赴一线调研 26 次，发现问题 6 个，形成“提升终端竞争力”等 6 份调研报告。公司组织 109 名“恒大哥、顺大嫂”志愿服务队员助力“镇江市场攻坚战”，累计下沉市场 198 天，终端问题解决率达 98%。

## 创新思政工作，提升引领效能

公司思想政治建设工作获评“全省思想政治工作优秀案例”。在各支部开展“五比五看五标兵”创建活动。构建“两微一抖+垂直平台”融媒体矩阵，结合“苏超联赛”等热点策划传播 69 条，累计阅读量超 72.6 万。

## 商业道德

公司将商业道德建设作为公司治理的重要组成部分，以党建为引领，以党风廉政建设为抓手，完善商业道德治理体系，强化反腐败与廉洁教育，健全举报人保护机制，营造风清气正、崇廉尚洁的企业生态，推动公司依法合规、诚信经营。

## 商业道德治理架构

公司党委全面扛牢管党治党政治责任，纪委坚持履行协助职责和监督责任有机结合，持续推进党风廉政建设和反腐败工作。公司加强对经营管理关键环节、重点任务的监督检查，实现监督横向到边、纵向到底，充分发挥监督保障执行的作用；进一步强化职能部门履职监督，推动各监督主体同向发力、同频共振，形成监督合力。

公司持续加强对“关键少数”、关键岗位、年轻干部的监督管理，护航干部职工廉洁从业；以改革精神和严的标准深入纠治“四风”，以零容忍态度和钉钉子精神不断加固中央八项规定堤坝，努力营造风清气正、干事创业的良好政治生态。2025 年，公司针对重点部门、关键岗位人员开展廉政提醒谈话 60 余人次，筑牢中央八项规定精神堤坝；深化苗头性、倾向性问题月报表填报制度，累计反映情况并提出意见建议 65 条，形成问题清单进行交办跟办，将廉洁风险消除在萌芽状态。同时，聚焦违规吃喝、酒驾醉驾、损害营商环境、加重基层负担等作风突出问题开展专项整治，覆盖恒顺醋业所有成员企业。

### 【关键绩效】

报告期内，公司未发生涉及贪污腐败或不正当竞争等的重大诉讼案件。

## 反腐败培训与文化教育

公司加强新时代廉洁文化建设，打造“清风润企、阳光‘醋’廉”特色廉洁文化品牌，聚焦违反中央八项规定精神、“靠企吃企”等突出问题，组织覆盖 23 个党支部的“以案说法”微宣讲 46 场，同步推出“以案说纪”纪法微课，深入剖析酒驾醉驾、违规吃喝等典型案例，强化全体员工的纪法认知。2025 年，公司全年累计制发《纪检月刊》12 期，常态化向员工推送廉洁资讯与政策解读，营造崇廉尚洁、风清气正的企业生态。

公司对新提任的中层干部、新党员 40 余人开展专项思想道德和党纪国法教育，从源头筑牢拒腐防变思想防线；常态化抓好警示教育，协助党委召开警示教育大会，组织全体党员干部集中观看《构建亲清统一的新政商关系》等警示教育片；扎实推动以案说纪、以案说法，在营销中心、贸易型子公司开展专题廉政教育，通报查处的违规违纪典型案例，实现以“身边事”警醒“身边人”。

同时，公司组织中层以上党员干部签订《廉洁自律承诺书》，促使党员干部严守纪法底线；将各单位、各部门负责人述责述廉情况纳入日常监督内容，重点评估其在落实党风廉政建设责任、加强队伍教育管理等方面的履职成效，推动党风廉政建设责任落到实处。

### 【案例】紧盯节日纠“四风”，营造清廉好生态

为持续深化作风建设，公司纪委在 2025 年元旦春节、五一、端午、国庆中秋期间多措并举，严防“四风”问题反弹。节前，通过制定专项方案、召开警示教育大会、组织干部赴廉政教育基地学习等方式，全面压实责任、筑牢思想防线。节中，利用微信公众号、微信工作群等平台广泛开展廉洁提醒，并对关键岗位人员开展廉政谈话。同时，联合财务等部门采取“四不两直”、明察暗访等方式，围绕公款吃喝、收送礼品礼金等重点开展监督检查。经查，暂未发现违规问题，有效营造了风清气正的节日氛围。

## 举报人保护

公司纪委、监察专员办始终坚持以人民为中心，制定了《信访条例》及《检举控告工作规则》等规章，持续畅通纪检监察信访举报渠道，构建安全、高效、透明的员工意见反馈与监督体系。

公司建立举报事项闭环管理机制，所有举报均由专岗登记、限时核查、闭环反馈，确保件件有落实、事事有回音。在举报人保护方面，严格执行保密制度，对举报人身份、举报内容及处理过程全程加密，严禁泄露；支持实名或匿名举报，鼓励客观真实反映问题，同时严肃查处诬告陷害行为，维护正常的监督秩序。通过机制建设与渠道优化，公司致力打造群众信赖的监督桥梁，推动正风反腐向基层延伸，为企业高质量发展筑牢廉洁防线。

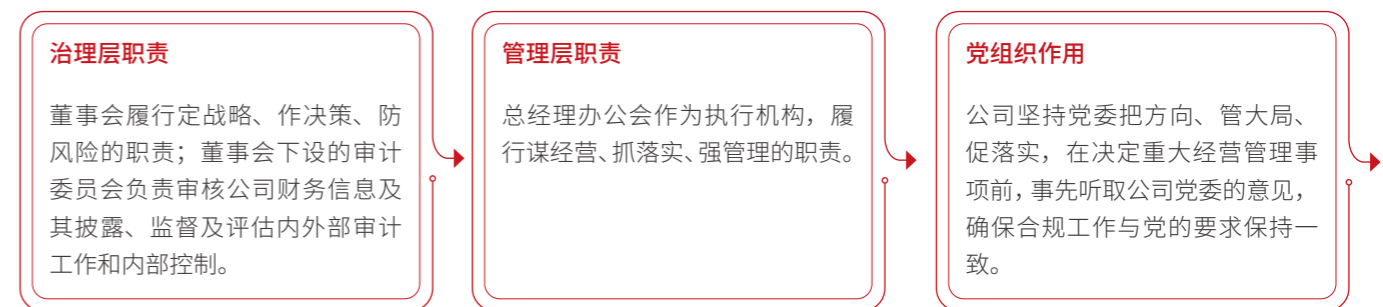


## 合规经营

公司始终将合规经营作为企业发展的底线，2025 年持续深化合规管理体系建设，将合规要求全面嵌入经营管理各环节，完善合规治理体系，加强合规培训与文化建设，强化反不正当竞争与反垄断管理，严格依法纳税，确保企业在法治轨道上稳健运行。

## 合规治理体系

公司构建了由董事会承担最终责任、经营层直接领导、审计风控部统筹协调、各业务部门具体负责的“四位一体”合规管理组织架构。



公司建立了风控部门主动识别、顾问律所协同识别、技术部门专业识别的法律法规系统识别机制，确保及时掌握最新的法律法规要求。风控部门定期浏览国家法律法规数据库，关注出台或修订的法律法规；顾问律师通过律所法律法规检索系统适时更新并通知公司；技术部门针对本部门业务范围内的法律法规开展专业识别，实现法律法规识别的全面性、及时性和专业性。

针对 2024 年 7 月实施的新《公司法》，公司于 2025 年 4 月至 5 月集中开展专项治理行动，全面梳理并修订《公司章程》《董事会议事规则》等 8 项核心治理制度，优化法定代表人职权、董事会决议程序及股东会召集流程，确保公司治理行为完全符合新法要求；针对 2025 年 12 月 12 日由国家市场监督管理总局令第 113 号公布、2026 年 12 月 1 日起施行的《食品委托生产监督管理办法》，风控部门及时与相关部门、子公司沟通，对照办法完善委托生产合同相关内容，提前做好合规准备；为落实上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》，公司修订《董事会战略与 ESG 委员会实施细则》，将 ESG 管理提升至战略层面，为高质量编制 2025 年度 ESG 报告夯实制度基础。

## 合规培训与文化建立

公司高度重视合规文化建设，通过常态化、专业化的合规培训，强化全体员工的合规意识，提升合规工作水平。2025 年 6 月、10 月，公司针对营销中心开展两次专项合规培训，重点强化营销团队的合规风险防控能力。

### 【案例】法制培训宣讲

2025 年 6 月，公司邀请中因律师事务所为营销中心各城市片区经理开展法治培训宣讲，通过真实案例剖析与《营销合规自查清单》工具交付，强化了营销人员“职业、道德、合规”三维风险防控意识，推动营销团队从“被动应对”向“主动管理”转型，助力打造“业绩过硬、口碑良好、合规放心”的营销管理队伍。



## 反不正当竞争与反垄断

公司高度重视合规文化建设，通过常态化、专业化的合规培训，强化全体员工的合规意识，提升合规工作水平。2025 年 6 月、10 月，公司针对营销中心开展两次专项合规培训，重点强化营销团队的合规风险防控能力。

### 多部门协同管理体系

公司建立了多部门协同的反不正当竞争管理体系，成立产品战略委员会，由董事长任主任，相关部门各司其职，规范产品全流程管理；风控部门对公司产品标签卖点、广告宣传进行合规审核，质管、研发等部门开展专业审核，从源头杜绝虚假宣传；风控部门协同律师重点配合营销中心对营销业务、市场规范进行审核，严格防范垄断问题；公司高度重视知识产权工作，特别是商业秘密的保护，建立了知识产权管理体系，明确设置商业秘密控制程序，并按体系要求严格执行。

### 专项培训与市场维权

2025 年公司在营销人员合规培训中纳入反不正当竞争及反垄断相关内容，有效增强了营销人员的反不正当竞争和反垄断法治意识，提升了风险防控能力。针对市场上竞品模仿公司产品特有的包装装潢、误导消费者的不正当竞争行为，公司委托律师团队专项开展市场维权法律服务，在充分调查取证的基础上，与涉嫌不正当竞争的厂家进行沟通，采取协调整改为主、诉讼为辅的方式，切实维护市场销售秩序和公司合法权益。

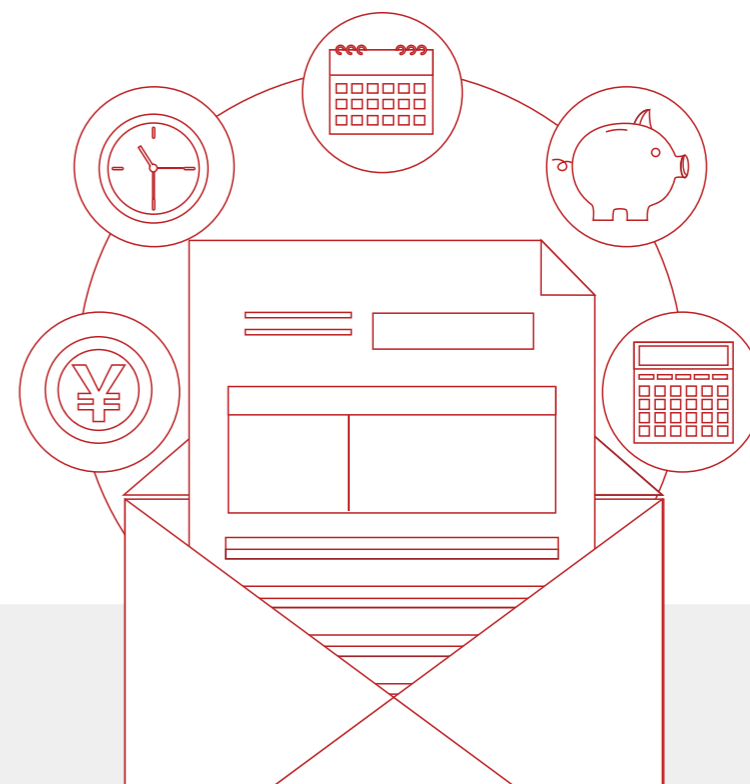
## 关联交易管理

公司始终严格遵循《公司章程》《关联交易管理制度》等相关制度要求，对关联交易实施全流程规范管理，并依据《独立董事工作制度》切实履行监督职责，持续强化关联交易决策与执行环节的监督约束。对于确因经营需要无法避免的关联交易，公司均严格按照规定及时履行相应的审议及决策程序，关联董事、关联股东依法依规回避表决，从决策机制上保障关联交易的公允性与合规性，切实维护公司及全体股东特别是中小股东的合法权益。2025 年度，公司关联交易均已履行必要的审议程序，未发生违规关联交易事项，整体运作规范、决策透明、公允合理。

## 依法纳税

公司始终认为依法纳税是企业应当承担的最大社会责任，是必须坚守的经营底线，将“合规经营、诚信纳税”的价值观贯穿于公司经营管理的各个方面。公司严格遵守《中华人民共和国企业所得税法》《中华人民共和国税收征收管理法》等国家税收法律法规，构建了完善的内部税务管理体系，确保公司各项经营活动全面符合国家税收政策与法律法规要求。

公司每年定期开展内部审计与专项税务审计，切实履行依法纳税义务，并持续优化税务风险防控机制；积极保持与税务机关等利益相关方的常态化沟通，按时参加税务机关组织的政策培训，及时学习并贯彻落实最新税收政策，保障税务工作的合规性、准确性与前瞻性。



## 风险管理

公司高度重视风险管理，将风险管理纳入公司治理核心环节，建立了完善的风险管理体系，明确风险管理组织架构，规范风险识别流程，加强风险管理文化建设，实现对各类风险的有效识别、评估和防控，保障公司经营发展的稳健性。

### 风险管理体系

公司董事会下设审计委员会与战略与 ESG 委员会，分别独立履行监督职责。审计委员会（5 名董事，含 3 名独董）负责监督内外部审计、财务报告及内控有效性。战略与 ESG 委员会（7 名董事，含 3 名独董）负责识别、监督公司重大的风险与机遇。

公司实行审计集中化、垂直化管理，建立由董事会直接领导、审计委员会具体指导的内部审计管理体制，保障内部审计的独立性与权威性。审计风控部直接向董事会审计委员会报告工作，在行政上向经理室负责，确保审计结果的客观公正；内部审计部门负责人、财务部门负责人需定期向审计委员会汇报工作。

审计工作已从财务审计向管理审计转型。2025 年，审计风控部运用风险导向方法，依托财务共享平台，对“销售费用真实性”及“采购成本波动”开展大数据分析审计，提升了审计的精准性与效率。全年通过审计提出合理化建议 5 条，有效促进了管理优化。

2025 年，战略与 ESG 委员会审议通过《2024 年度 ESG 报告》，全面梳理分析了 ESG 风险，推动建立并完善了 ESG 风险防控机制。

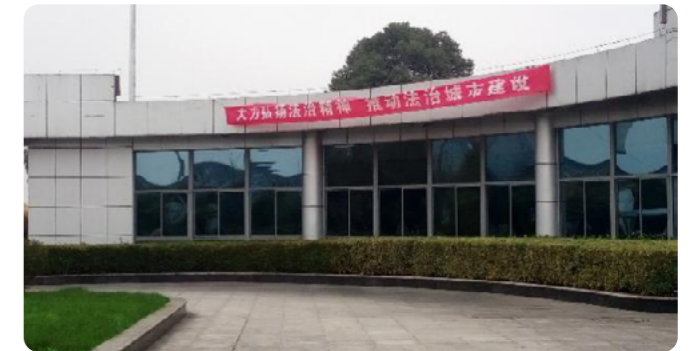
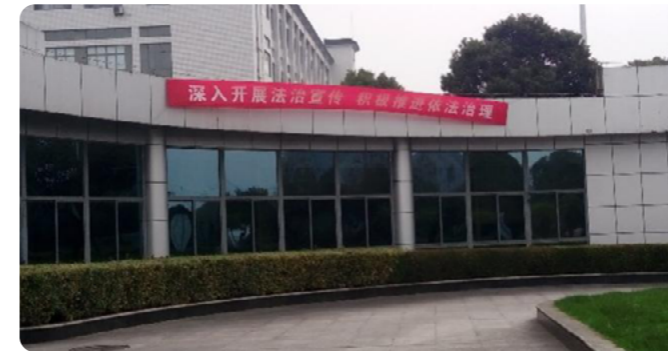
### 风险识别

公司采用问卷调查与访谈相结合的方式，每年组织开展上市公司及控股子公司年度内控测评工作，严格按照《内部控制手册》中列示的 39 项 292 个风险点逐条抽样测评，全面排查内控体系运行缺陷和风险漏洞，并组织各部门开展有效整改，确保公司现行内控体系有效平稳运行。

公司重点关注募集资金使用、关联交易处理等重大事项的风险防控，及时与财务部门、投资发展部沟通，确保募集资金使用符合相关规定；建立了关联交易预警机制，对关联交易进行事前、事中、事后全流程监控，确保关联交易及时审议和准确披露，同时，审计风控部每年对所有签订责任状的子公司进行经营业绩考核指标审计，根据年度审计计划和公司管理需要开展专项审计工作，深入排查特定领域的风险隐患。2025 年未发生披露违规情况。

## 风险管理文化建设

公司通过悬挂宣传横幅、展板、设立“企业法律小站”等多种形式，向全体员工普及宪法的基本原则、法律法规知识，并开展内部法律咨询活动，将法治精神深植于企业文化。通过法治文化建设，公司在经营决策与日常管理中进一步强化了合规底线，有效推动了内部管理制度的完善与优化，树立了依法经营、诚信守约的良好企业形象，切实增强了公众对“恒顺”品牌的信任度，为企业的可持续发展注入了坚实的法治基因。



## 知识产权保护

公司坚持党建引领，将党建工作深度融入生产经营、企业文化与人才建设。2025 年，在公司党委领导下，公司深入学习贯彻党中央精神，以深化党建品牌为抓手，强化组织建设，推动党建与业务深度融合，为企业高质量发展提供坚强保障。

### 完善知识产权管理制度

公司制定了《知识产权保护与预警制度》，明确了各部门职责，界定了六类重点风险与八项预警事项，形成了权责清晰的管理体系。公司已通过 GB/T29490-2023 知识产权管理体系认证，实现了知识产权工作的标准化与常态化管理。

### 构建全方位保护体系

公司建立了覆盖专利、商标、著作权等的全面保护体系，围绕核心菌种、技术、装备与配方，持续加强知识产权的创造、应用与管理。在国内，公司通过行政与司法等多渠道维权，并组建专门打假体系；在海外，公司已完成主要商标与专利的海关备案，构筑起知识产权保护的第一道防线。

### 强化知识产权维权行动

公司组建专业打假队伍，并与第三方机构合作，积极应对知识产权纠纷。针对侵权行为，公司通过调查取证、沟通整改、法律诉讼等多种方式坚决打击。同时，公司不断加强商标全球布局，完善海外保护体系，为品牌国际化与引领行业发展奠定坚实基础。

# 02 循醇自然 绿酿未来

恒顺醋业严格践行环保责任，构建完善环境管理体系，通过组织保障、制度建设与过程管控筑牢合规基础，获多项绿色认证。公司强化环境风险管理，规范污染物治理与废弃物处置，推进清洁生产、水资源精细化管理及循环经济实践，优化能源结构并落实节能举措。同时，公司关注生态保护与气候变化，识别相关风险与机遇，推动企业发展与环境协同，切实履行环境合规与可持续发展责任。

## 2025 年关键绩效

2025 年，公司环保总投入 **723** 万元。

2025 年，单位产品综合能耗较 2020 年下降 **10.27%**，超额完成阶段性节能目标。

可再生能源应用稳步提升，使用占比达到 **5.05%**。

## ESG 中期目标

所有生产基地的废水、废气排放 **100%** 符合国家及地方污染物排放标准。

到 2030 年，单位产品取水量较基准年下降 **3%**。

## 回应的 SDGs 可持续发展目标



## 环境合规管理

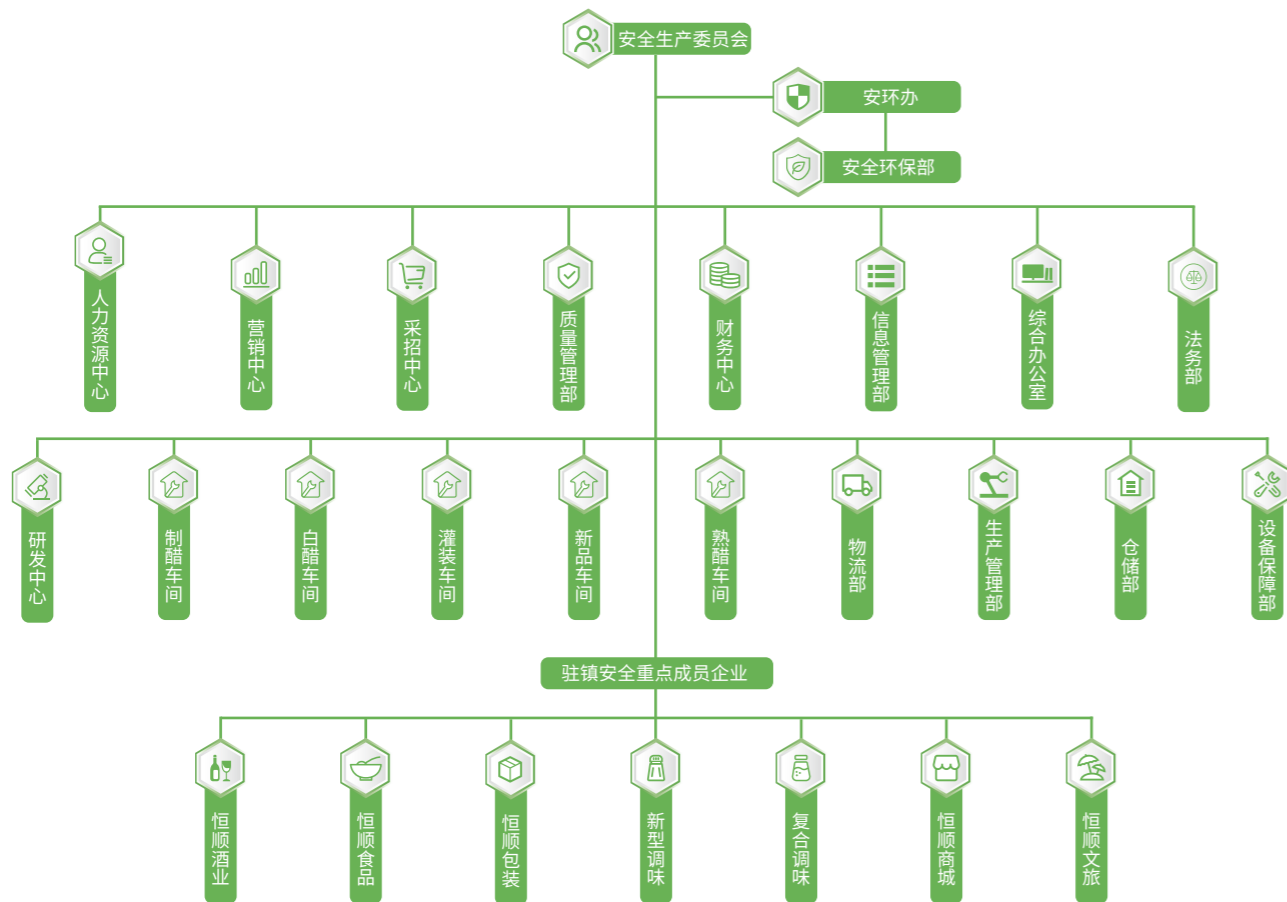
### 环境管理体系

公司围绕安全生产与环境保护一体化管理要求，构建了以组织保障、制度体系与过程管控为核心的环境管理体系。在组织架构方面，公司通过设立安全生产管理部门并持续优化职能设置，将环境保护职责与安全管理职能进行整合，由专门部门统筹推进环保相关工作，形成统一协调的管理机制。

制度建设方面，公司依据国家相关法律法规及监管要求，制定并下发年度安全生产、环境保护及消防工作意见，明确环境管理目标、责任分工及工作要求，推动环境管理工作规范化运行。

运行机制方面，公司建立覆盖风险识别、分级管控与隐患排查治理的全过程管理机制，强化重点环节与重点场所的环境风险管控，落实隐患排查、整改闭环及持续改进要求。同时，公司通过目标责任制管理，将环境保护指标纳入年度管理体系，明确废水、废气、固废等排放合规要求及处置标准，并通过定期检查、考核评价及信息反馈机制，保障各项环境管理措施有效落实。整体来看，公司已形成以制度为基础、以组织为支撑、以风险管控为抓手的环境管理体系，为生产经营活动的合规运行提供支撑。

江苏恒顺集团有限公司安全生产组织网络图



### 恒顺醋业环境管理体系

#### (一) 环保管理组构成

组长由安全环保部分管领导担任，副组长为安全环保部负责人，成员包含环保专业管理人员与各涉污部门负责人，负责统筹公司环保事务。

#### (二) 部门职责分工

- 安全环保部**  
主导环保考核的归口管理，联合相关部门监督、检查、考核子公司和车间的环保工作并提考核意见；负责全过程环保管理，制定废水、废气排放规定，监管危险废物、一般固废处置及环保设施运行。
- 人力资源部** 依据安全环保部考核意见确定考核结果。
- 财务部** 按照考核结果执行奖惩。

#### (三) 设施管理

保障环保基础设施和治理设施正常运行，确保环保设施完好率、同步运转率达 100%，设备和管道泄漏率 ≤ 1‰。

#### (四) 巡查通报机制

建立环保巡查机制，并通报巡查结果，及时发现并解决环保问题。

#### (五) 考核目标

达成环保硬件指标，外排废水、净化废气、危险废物处置合格率均为 100%。  
杜绝重大环境污染事故，避免相关群众上访、矛盾激化、环保投诉及行政处罚事件。

#### (六) 考核方式与标准

采取日常与定期检查相结合，定期检查依据《环境保护目标考核细则》评分。  
对违规排放、未按规定申报、未整改隐患等行为制定 200-1000 元 / 次不等罚款标准，情节严重加倍处罚；《员工手册》对其他环保违规行为也有相应处罚；全年无违规的车间、部门给予奖励。

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



### 【关键绩效】

报告期内，公司环保总投入

**723** 万元

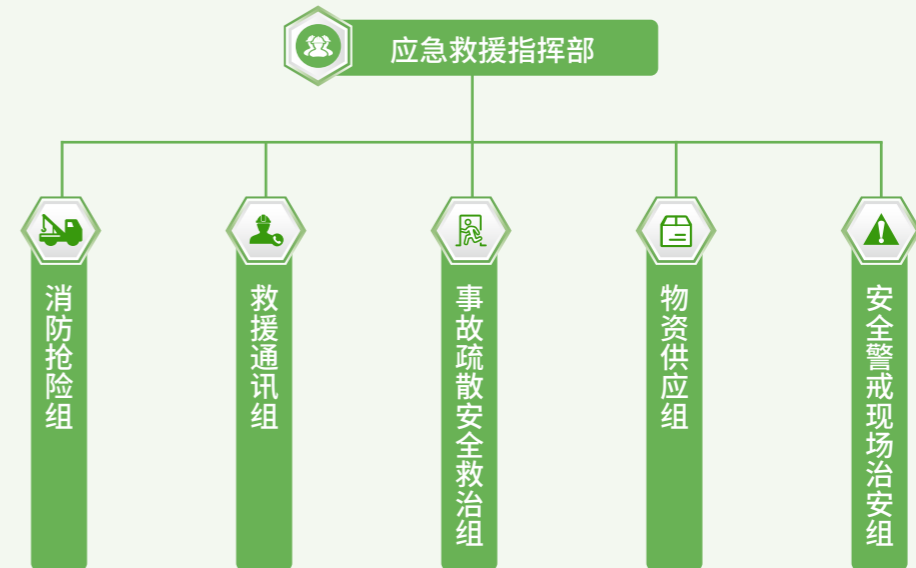


## 环境风险管理

在风险评估与预防方面，公司开展常态化环保隐患排查，对生产运营相关环节进行系统检查，对发现的问题及时落实整改措施。公司编制环境风险评估报告，对相关环境风险进行分析，并制定相应预防措施。

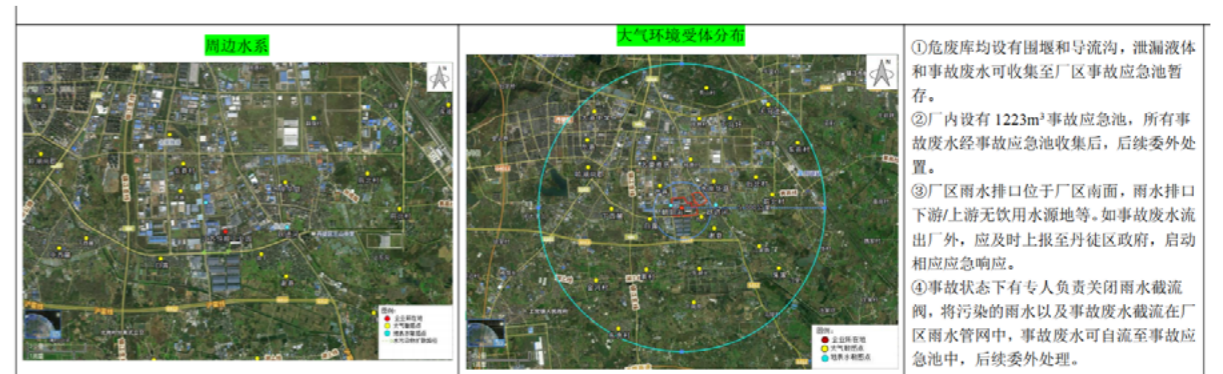
在应急管理方面，公司按照《突发环境事件应急管理办法》《关于印发企业事业单位突发环境事件应急预案各案管理办法（试行）的通知》等相关规定，制定《突发环境事件应急预案》《突发环境事件现场处置方案》等制度文件，对环境事件应急处置流程进行规范，建立公司突发环境事件应急预案全过程管理机制，提高环境安全水平，加强环境应急能力；有效降低环境风险，从而为区域环境风险有效降低做出贡献，维护社会稳定，以最快的速度发挥最大的效能，将环境污染和生态破坏事件造成的损失降低到最小程度，最大限度地保障人民群众的身体健康和生命安全。

### 事故应急救援工作小组组织机构图



公司对环境风险进行系统识别，覆盖生产、储存及运输等环节。在生产过程中，食醋、黄酒等产品制造涉及发酵、锅炉运行等工艺，可能产生废气及相关排放风险；在储存环节，原料库及危废仓库中乙醇、机油及化学试剂等物质存在泄漏风险。公司通过收集内部生产数据及外部政策法规、市场变化等信息，对废水、废气及固废排放等相关风险进行识别，并关注环保政策变化及自然灾害等因素对生产运营的影响。在此基础上，公司采用相关方法对已识别风险进行分析，评估其发生可能性及潜在影响，为后续管理措施提供依据。

### 【案例】恒顺醋业突发环境事件应急预案“一张图”（部分节选）



## 清洁生产与绿色制造

公司围绕绿色发展要求，从生产规范、工艺优化、资源利用及产品体系等方面推进环境管理相关工作。在生产与运营过程中，通过完善管理机制和推动技术应用，持续降低资源消耗与环境影响，同时提升生产过程的稳定性与效率。在资源利用方面，公司探索副产物综合利用及绿色包装等方式，提升资源使用效率。在产品与认证方面，公司通过相关绿色与有机认证，将环境管理要求贯穿至产品全生命周期。相关举措在支持环境管理目标落实的同时，也有助于优化成本结构、提升产品品质与品牌价值，实现环境与经营的协同推进。

### 公司清洁生产举措及意义

类型	举措	环境和经济双重效益
 生产规范与标准	节水型企业—建立行业节水评价体系，推动水效提升，2023 年获得“镇江市节水型企业”荣誉称号	倒逼全行业绿色转型升级，降低水资源消耗
 工艺革新 清洁生产	膜分离技术—部分工段使用陶瓷膜、超滤膜替代高温灭菌和硅藻土过滤 节能技改—持续推进余热利用、设备能效升级等多项节能技改年节约金额达 80 余万元。 智能化升级— 在扩产项目中引进自动翻醅、智能仓储等智能化设备 绿电采购——屋顶分布式光伏发电量占全厂总用电 20%	减少高温灭菌能耗，省去活性炭等辅料，降低废弃物产生 保留天然风味的同时降低劳动力及生产成本，稳定、提升产品品质
 资源循环 无废实践	醋糟高值化利用—醋糟出售给下游产业，转化为有机肥、牲畜饲料 绿色包装与减量—使用轻量化玻璃瓶等减碳包装	固废资源化，降低原料及包装采购成本
 高端产品 绿色认证	GB/T 19630 有机产品认证—原料到成品全流程有机，全程可追溯 绿色工厂国家级绿色工厂认证—用地集约化、生产洁净化、能源低碳化	严格的有机标准倒逼更环境友好的生产方式 提升品牌形象与附加值，开拓高端市场，增强竞争力

### 【关键绩效】

2025 年 1 月，根据江苏省生态环境厅《关于公布 2024 年第一批强制性清洁生产审核重点企业名单的通告》，公司被省生态环境厅确定为江苏省 2024 年第一批清洁生产审核重点企业。

公司在清洁生产审核过程中实施了 **9** 个无 / 低费方案、**1** 个中 / 高费方案，取得了良好的环境效益和经济效益，减少了污染物排放，实现了清洁生产目标。

## 环保文化宣传

公司多次在节能工作会议上强调加大部门、车间对于员工的节能环保教育的深度和广度，要求在思想上重视节能，在行动上落实节能，培养起全厂员工的节能责任意识。

### 【案例】环保宣传活动



## 污染物排放

### 污染物排放治理

恒顺醋业严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，持续完善环境管理体系。公司制定《危险废物管理制度》《污水排放管理规定》《环境保护管理制度》，对生产运营过程中产生的各类污染物的控制与处理流程进行规范，明确管理要求与操作指引，保障环保设施稳定运行，确保污染物排放符合相关标准要求。

### 污染物处理措施

恒顺醋业严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，以及《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348-2008）、《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》（GB 18599-2020）等国家及行业标准开展环境管理工作，对污染治理与处置过程进行规范管理，确保废水、废气达标排放及固体废物规范处置。

#### 废水治理

在废水治理方面，公司制定并实施《污水排放管理规定》，对生产及生活过程中产生的水污染物排放进行规范管理。公司要求所有废水统一接入污水处理系统，经处理达标后方可通过总排口排放，明确禁止违规排放及偷排行为，并对有毒有害污染物的处置提出专门要求。

针对不同来源的废水，公司按照常规排放与临时排放进行分类管理，其中常规排放在规定条件下直接进入管网处理，临时排放需履行申报与审批程序，并按计划实施排放。同时，公司建立排污信息标识及突发水污染事件报告与应急响应机制，由安全环保部门统筹管理相关工作，推动废水排放全过程的规范化与可控化。

### 公司清洁生产举措及意义



制度文件

《污水排放管理规定》《环境保护管理制度》



监控指标

主要污染物为 COD、氨氮、工业废水、生活废水。



处置方式

公司采用 A/O 污水处理工艺处置废水，安装自动监测系统，实时监控水污染物的排放浓度，确保污水处理设施正常运行，水污染物达标排放。



影响评估

公司污水进入园区工业污水处理厂，对员工和当地社区居民无影响；公司污水不外排，对周边环境和人员无废水排放相关影响。

#### 废气治理

公司推动废气治理设施稳定运行，保障废气排放符合相关标准要求。针对生产过程中天然气使用及废水处理环节产生的废气污染物，公司配置相应治理设施并开展规范化管理。公司已建立包括脱硝、除尘及挥发性有机物治理等在内的废气处理体系，覆盖工业锅炉及其他排放环节，对废气进行处理后排放。同时，公司将环保设施完好率、同步运转率及废气净化达标率纳入环境保护考核指标，明确相关指标均达到 100%，并对设备与管道运行状态进行管理，控制泄漏风险。



### 恒顺醋业废弃治理情况



制度文件

《环境保护管理制度》



监控指标

主要有氧化硫、挥发性有机化合物、颗粒物。



处置方式

公司废气主要采用锅炉低氮改造、布袋除尘以及电催化水喷淋三种技术措施进行处理，制定了废气自行监测方案，严格执行废气监测频次，保证废气治理设施运行正常，有效减少各类废气污染物排放量。



影响评估

公司废气排放对员工、当地社区居民无影响。



### 污染物排放指标与目标

#### 排放指标

指标名称	单位	2023 年	2024 年	2025 年
工业废水总量	立方米	423431	445081	452842
废水排放总量	吨	423431	445081	452842
化学需氧量 (COD) 排放量	吨	18.311	27.771	22.84
生化需氧量 (BOD) 排放量	吨	5.045	4.112	9.34
氨氮 (NH <sub>3</sub> -N) 排放量	吨	0.3408	0.857	0.2747
总氮 (TN) 排放量	吨	0.531	0.46	2.567
总磷 (TP) 排放量	吨	0	0.047	1.47
废气排放总量	立方米	156080085	148478078	240733979
氮氧化物 (NO <sub>x</sub> ) 排放量	吨	4.3988	2.2492	0.326
硫氧化物 (SO <sub>x</sub> ) 排放量	吨	0	0	0.031
挥发性有机化合物 (VOC) 排放量	吨	0.0003	0.0049	0.00016
颗粒物 (PM) 排放量	吨	0.272	0.442	0.1478

#### 排放目标

废水、废气、粉尘排放合格率符合生态环境部门规定



## 废弃物处理

### 废弃物相关治理

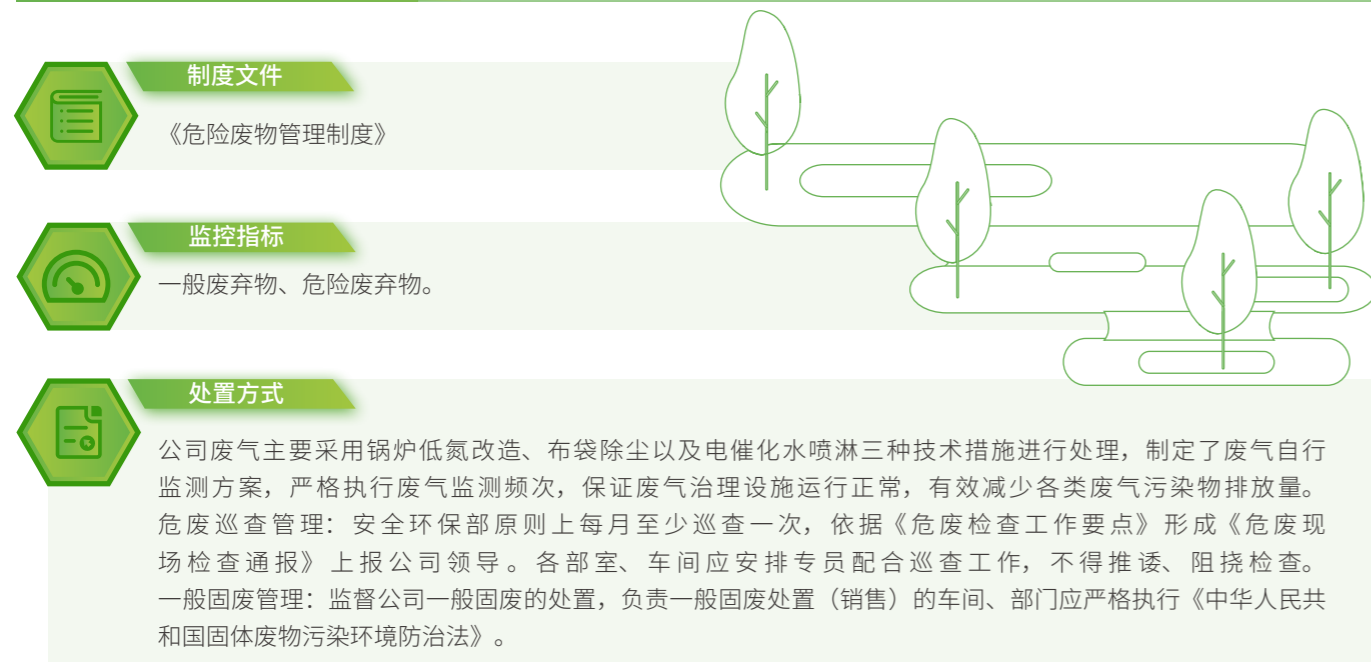
为有效防范废弃物危害，公司建立并实施《危险废物管理制度》，由《危废仓库管理规定》《危废收集点管理规定》《危废巡查管理规定》组成，对危险废物的收集、贮存、转移及巡查等环节进行规范管理。

公司明确由安全环保部门专人负责危废仓库管理，实行定时开放与集中存放机制，各部门需凭内部转移单按规定流程移交危险废物，确保管理过程可追溯。危险废物在贮存过程中按类别分类摆放并进行标识，液态废物存放于具备防渗、防漏功能的设施内，降低环境风险。同时，公司在各车间设置危废收集点，对废机油、试剂废液及废弃包装物等进行分类收集与台账管理，并通过定期巡查机制强化全过程监督。在一般工业固体废物方面，公司对污泥、食品残渣等实施分类管理与综合利用，推动资源化利用与规范处置。此外，公司产生的危险废物主要包括试剂废液、废弃包装物、废机油及有机溶剂等，均按规定委托外部单位进行处置，实现规范管理。

### 废弃物处理措施

对生产运营过程中产生的废弃物，公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，并根据《废弃物管理规定》文件要求进行规范处理。

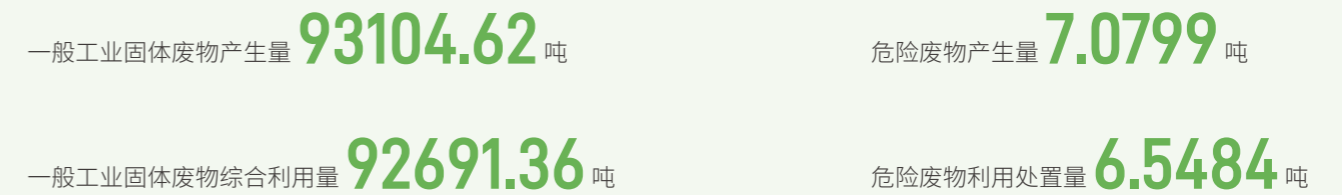
#### 公司固体废物处理情况



- 制度文件**  
《危险废物管理制度》
- 监控指标**  
一般废弃物、危险废弃物。
- 处置方式**  
公司废气主要采用锅炉低氮改造、布袋除尘以及电催化水喷淋三种技术措施进行处理，制定了废气自行监测方案，严格执行废气监测频次，保证废气治理设施运行正常，有效减少各类废气污染物排放量。  
危废巡查管理：安全环保部原则上每月至少巡查一次，依据《危废检查工作要点》形成《危废现场检查通报》上报公司领导。各部室、车间应安排专员配合巡查工作，不得推诿、阻挠检查。  
一般固废管理：监督公司一般固废的处置，负责一般固废处置（销售）的车间、部门应严格执行《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》。

## 废弃物处理指标与目标

### 2025 年主要固体废物产生量



### 废弃物处目标

确保生产过程中产生的固体废物合规处置率达 **100%**



## 水资源管理

### 水资源相关治理

公司高度重视水资源管理，围绕“节水优先”和最严格水资源管理制度要求，构建了较为完善的水资源管理体系，并将相关工作纳入企业运营管理体系。在治理层面，公司设立节水工作领导小组，明确组长、副组长及各成员职责，统筹推进水资源管理及节水工作，确保各项管理要求有效落实。

### 水资源管理措施

公司建立用水计量管理制度，明确生产管理部、设备保障部及各业务部门在用水计量、运行巡检、数据统计及异常管理等方面的职责分工，形成完善的用水管理机制。

同时，公司通过开展水平衡测试，系统梳理企业取水、用水、排水及水耗情况，定期分析各用水单元水量数据，识别用水薄弱环节并制定改进措施，不断提升水资源利用效率，实现水资源精细化、全过程管理。

在节水技术与资源循环利用方面，公司推进中水回用及余热回收利用项目，对水制备间中水及冷凝水进行综合利用，将中水用于

污水处理站配药环节，并通过管网改造实现中水收集、过滤及储存后回用；同时，打通冷凝水回收系统，将余热用于污水处理调节池预加热，通过设置液位控制、优化调节池结构及引入蒸汽换热器等方式，提高热能利用效率，减少水量及热量浪费。

此外，公司通过设置自动启停控制及定期巡检、设备维护等措施，保障水资源回收利用系统稳定运行，减少中水溢流及蒸汽浪费情况，提升整体用水效率。

## 水资源管理指标与目标

公司围绕节水管理要求及行业用水定额标准，建立以用水效率、循环利用及过程控制为核心的水资源管理指标体系。

用水效率

公司对主要产品实施单位产品取水量控制，水平衡测试期内，食醋、酱油及酱菜单位产品取水量分别为 3.0 m<sup>3</sup>/t、7.5 m<sup>3</sup>/t 及 18.2 m<sup>3</sup>/t，相关指标均达到并优于《江苏省工业、服务业和生活用水定额》先进值标准，整体用水水平处于行业较优水平。

循环利用

公司持续提升水资源重复利用与循环效率，报告期内冷凝水回用率为 62%，水资源重复利用率为 65.8%，间接冷却水循环率达到 98.3%，通过过程循环利用有效降低新水取用需求。

过程控制

公司对用水损失与排放进行严格管理，漏失率控制在 1.8%，废水实现 100% 达标排放，并通过用水计划与定额管理机制，将用水量控制纳入月度考核体系，实现实际用水量低于定额指标的管理目标。

### 【关键绩效】

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
取水总量	吨	837817	856901	769382
总耗水量	吨	414386	411820	316540
每百万营收耗水量	吨 / 百万元	201.61	190.13	146.85
水循环与再利用总量	吨	377187	403818	252539
水循环与再利用率	%	45.02	47.13	32.82

## 循环经济

### 循环经济相关治理及措施

公司持续推进生产过程中的资源回收与综合利用。副产物管理方面，公司对生产过程中产生的废料醋糟实施资源化利用，近三年醋糟产生量分别为 2023 年 83329 吨、2024 年 84876 吨、2025 年 91041 吨，全部对外出售给外部肥料加工公司，实现循环利用。同时公司结合各生产车间实际情况，围绕水资源、能源及生产过程循环优化持续推进改进措施。2023 年，灌装车间通过冲瓶机与水机联动运行，实现全年节约用水 2210.24 吨；新品车间通过优化灌装温度控制，全年节约蒸汽 1222 吨。2024 年，制醋车间通过更换制酒低功率粉碎机，并由间断式粉碎改为连续喂料，全年节约用电 1.23 万度；熟醋车间通过优化 140 煎醋区域生醋升温方式，全年节约蒸汽 211.15 吨。2025 年，制醋车间通过将制酒生产发酵过程与成熟酒降温环节进行协同安排，减少冷动机运行时长，全年节约用电 23.4 万度；熟醋车间通过洗锅碱水循环利用，连通相邻煎醋锅循环管道，实现碱液循环使用，全年节约蒸汽 90 吨、用水 216 吨，并减少污水排放 306 吨。

### 原材料与包装材料

公司在原材料及包装材料管理过程中，持续推进资源节约与成本优化。在包装环节，公司对玻璃瓶实施轻量化改造，将单只玻璃瓶重量由 250 克降低至 232 克，并自 2023 年 4 月起逐步推进切换工作。截至 2025 年 12 月 31 日，轻量化玻璃瓶累计入库数量约 4.3 亿只，实现累计降本约 2112 万元。

## 能源管理

### 能源相关治理

为加强能源管理，降低能耗，杜绝浪费，提高能源利用率，根据国家能源工作方针政策和能源管理标准，公司制定《能源管理制度（试行）》，并针对用电、用气等制定一系列配套制度体系。



制度名称

《供用电管理制度》、《供水管理制度》、《供用汽管理制度》、《临时用水、用电管理条例》、《能源资源管理控制程序》、《有序用电避峰预案》、《天然气泄漏事故应急预案》

公司建立了覆盖公司、车间及班组的三级能源管理体系，形成由能源领导小组统筹、设备保障部具体实施、各车间协同执行的管理架构。能源领导小组作为能源管理的最高机构，由公司总经理担任组长，负责组织开展节能工作，统筹协调公司能源管理事项，并对节能目标、能源消耗指标及重大节能事项进行审定。

设备保障部作为能源管理职能部门，承担能源管理的综合协调、监督检查及数据统计职责，定期开展能源利用检查、能源审计及用能平衡测试，对各单位能源使用情况进行月度、季度及年度统计分析，并形成能源利用报告。同时，各车间设立能源管理小组，负责落实本单位用能监督及原始数据记录，形成分级负责的管理机制。

公司同时设立专门能源管理岗位，负责水、电、气（汽）等能源的计量、统计、分析及考核工作，并推动能源管理体系运行与内部监督检查。

企业能源管理负责人均定期参加节能主管部门组织的培训，并均获得能源管理师资格证书



## 能源相关战略

公司持续完善能源管理制度体系，推动降低能耗、提高能源利用效率及规范用能管理。针对原有制度存在不完善及考核机制不清晰等问题，公司通过修订并发布能源管理制度，明确以降本增效为导向，推动生产及办公环节用能成本的有效控制。

实施路径方面，公司依托能源管理体系文件运行，组织编制节能规划及年度节能计划，并推进节能技术改造与工艺优化。同时，通过能源计量体系建设及数据统计分析机制，为节能决策与持续改进提供支撑，推动能源管理向规范化和体系化方向持续发展。

能源结构方面，公司积极推进清洁能源应用与能源结构优化，利用厂区屋顶资源建设总容量 3.22MW 的分布式光伏电站，年可节约标准煤 421.55 吨、减少 CO<sub>2</sub> 排放 2342.35 吨，满足约 20% 的用电需求。

## 【案例】能源智能管控

公司逐步建设能源管理系统，通过对能源数据的实时监控与分析，实现精细化管理与优化调度，将“能源智能管控”作为重要管理方向。公司已建立电能云平台系统，保证能源数据在线采集、实时监测的准确性和可靠性。



已注册江苏能源云网，实现在线监控



已响应百千万重点能耗在线监测搭建云平台，能耗数据对接到省平台

## 能源管理措施

公司围绕主要能源类别，制定专项管理制度并实施分类管理。

用电管理方面，公司通过对供用电设施实施统一监管与定期检查，强化合理用电、节约用电，规范新增用电审批流程，并通过现场检查约束违规用电行为，如“长明灯”“无人灯、无人扇、无人空调”等情况。

用水与用汽管理方面，公司通过加强设施维护与日常巡检，及时处理跑、冒、滴、漏等问题，要求各使用部门落实节约使用责任，并通过审批机制对新增用水、用汽点进行管控。同时，公司通过教育培训提升员工节约意识，推动杜绝长流水、蒸汽直排等浪费现象。

运行与监测层面，公司建立能源计量与统计管理机制，对水、电、天然气、蒸汽等能源使用情况进行定期抄表、汇总及分析，对异常用能情况组织排查并限期整改。同时，公司通过开展节能教育培训、强化设备维护管理及落实计量器具配置要求，保障能源满足生产需要的同时，促进能源的合理使用。

公司围绕节能降耗与资源高效利用，持续推进能源结构优化与生产环节改造，通过实施储能电站项目提升用电管理效率，优化生产工艺以降低水资源消耗，并加强废弃物规范处置与综合利用，推动能源节约与资源循环利用协同开展。

### 【案例】“中水回用、余热回收”项目

公司聚焦生产环节资源损耗痛点，落地实施中水回用与余热回收综合利用项目。项目实施前，公司灌装水制备间富余中水溢流至污水管网，造成水资源浪费与污水处理负荷增加；灌装冷凝水富余热水溢流，形成水量、热量双重损耗；同时污水处理站配药环节采用自来水、调节池污水加热存在蒸汽换热效率低、能耗偏高的问题。

本项目分为两大核心模块：一是中水回用系统，将处理后的中水回用于污水处理站加药间配药，替代原有自来水；二是余热回收系统，将灌装、新品车间冷凝水余热回收，用于污水处理站 3 号调节池污水预加热。项目落地后，预计年中水回用量可达 9000 吨，年节约成本 10.33 万元；全年可回收 80°C 热水 3000 吨，年节约热能成本 10.02 万元，合计年节约成本超 20 万元。

## 能源管理指标与目标

### 【关键绩效】

指标	单位	2023 年	2024 年	2025 年
综合能源消耗总量	吨标煤	7727.65	7777.79	8340.77
每百万营收综合能耗强度	吨标煤 / 百万元	3.76	3.59	3.87
直接能源消耗量	吨标煤	5960.7	5959.23	977.15
间接能源消耗量	吨标煤	1766.95	1818.56	7363.62
清洁能源消耗总量	吨标煤	6234.97	6381.12	6692.73
能源总消耗中清洁能源占比	%	80.68	82.04	80.24

### 节能管理目标

公司建立节能目标责任制，将能源消耗指标按月分解至车间、班组及岗位，并通过年度目标责任状形式将能源消耗总量完成情况纳入绩效考核体系，例如生产车间设定单位能耗每年下降 0.5% 的目标，结合考核结果实施奖惩，推动节能目标逐级落实。同时，公司定期对能源消耗总量及节能目标完成情况开展考评，形成持续跟踪机制。

## 生态系统与生物多样性保护

在全球生态环境保护与生物多样性议题持续受到关注的背景下，公司将生态保护理念融入日常运营与发展过程中，关注经营活动对生态环境及生物多样性的影响，并积极履行相关环境责任，推动企业发展与自然环境的协调统一。

公司重视生物多样性保护，结合业务特点对相关生态影响开展评估，并在项目规划与建设过程中遵循生态保护相关要求，严格落实生态保护红线管理，避免对生态环境及相关物种栖息地造成不利影响。同时，公司在经营过程中结合实际推进生态保护及修复相关工作，支持区域生态环境的恢复与可持续发展。

未来，公司将持续完善相关管理措施，并通过加强与利益相关方的沟通协作，提升员工及相关方的生态保护意识，推动生态环境保护理念在生产经营中的落实。

## 应对气候变化

恒顺醋业关注气候变化对自身运营的影响，支持气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）的相关倡议，并参考 TCFD 框架识别气候相关风险与机遇。在此基础上，公司结合经营实际采取相应应对措施，逐步将气候变化因素纳入经营管理与决策考虑。

公司将气候变化相关议题与自身发展相结合，关注其对企业运营稳定性及长期发展的影响，并在推进可持续发展过程中，持续探索将气候相关风险与机遇纳入管理与实践路径，推动企业经营与环境目标的协同发展。

### 气候风险管理架构

公司已构建以董事会为核心的气候风险管理架构，将气候相关风险纳入 ESG 治理体系和整体风险管理体系中。董事会及下设战略与 ESG 委员会负责对气候相关风险与机遇进行识别与监督，管理层统筹推进相关工作落实。公司设立的 ESG 工作小组，负责跟踪政策动态、开展气候相关议题识别与重要性评估，并协同各业务部门落实节能减排与风险应对措施。各职能部门及分子公司在日常经营中执行具体管理要求，并提供相关数据支持。

### 气候相关战略

恒顺醋业参照国内外应对气候变化的最新政策要求与行业标准，识别气候相关风险与机遇。

### 转型风险

气候相关风险类型	具体类别	风险描述	财务影响	时间范围	实质性
政策与法律风险	ESG 报告义务	中国企业可持续信息披露准则体系日趋完善，为企业提出更高 ESG 信息披露要求，如未能及时披露相关信息会导致企业面临合规风险。	费用上升、营业外支出上升	中期	高
政策与法律风险	环保监管	作为环境保护部门公布的重点排污单位，随着环境标准的不断提高，公司需要投入更多资金和技术来满足这些要求，从而增加运营成本。	成本上升	中期	高
技术风险	低碳技术转型	双碳政策要求企业进行低碳转型，需要投入成本研发和部署节能环保技术，过程中产生额外成本。	成本上升	长期	中
声誉风险	ESG 负面事件	客户、投资者等利益相关方更加重视环境相关信息披露，当该披露信息低于利益相关方预期时，可能将对公司的企业形象及声誉造成不良影响，降低资本市场对公司的认可度。	收入下降	短期	高

### 物理风险

气候相关风险类型	具体类别	风险描述	财务影响	时间范围	实质性
短期风险	台风与洪涝	公司总部和生产基地易受到台风和洪涝影响，未来气候变化导致台风和极端降水发生频率增大，公司受灾概率和损失增加。台风与洪涝可能造成公司办公区或生产设备进水、公共网络中断、电力系统受损，影响业务正常开展，提升维修成本，增加员工安全风险。	资本开支、成本上升、收入下降	短期	高
长期风险	平均气温升高	公司部分办公区或工厂易受长期气候变化下气温升高带来的高温天气影响。高温天气可能导致生产设备过热或员工健康受损，产品保质期缩短，粮食原材料减产，影响生产效率，产生额外成本。	成本上升、收入下降	中期	中
长期风险	海平面上升	公司部分生产基地所在地区海拔较低且离海较近，易受到海平面上升影响，可能导致洪涝灾害加剧，影响业务正常开展，迫使公司搬迁，产生额外成本。	资本开支、成本上升、收入下降	长期	低
长期风险	天气模式极端化	气候变化导致洪水、台风、暴雪、干旱等极端天气模式出现概率增加，导致粮食作物减产，原材料价格上涨，破坏生产基地设施，延缓生产进度。	成本上升、收入下降	长期	中

### 气候相关机遇

气候相关机遇类型	具体类别	机遇描述	财务影响	时间范围	实质性
资源效率	提升资源利用效率	通过优化管理模式、实施低碳技术、更换节能设备，公司可有效提升设备、能源、水资源等的使用效率，降低生产和办公资源消耗，降低成本。	成本下降	短期	中
产品和服务	绿色产品与服务	双碳战略推动公司所在行业低碳转型，公司可以通过技术创新推出更加符合双碳政策产品，迎合市场需求，提升公司收入。	收入上升	中期	中
韧性	企业韧性	公司应对气候变化的适应能力，以更好地管理相关风险并抓住机遇。	收入上升、成本下降	短期	中

### 气候应对战略与转型计划

公司统筹推进气候应对战略与转型计划，将气候相关因素纳入经营管理与风险控制体系，形成覆盖转型风险、物理风险及发展机遇的系统化措施。

### 转型风险

公司按照法律法规要求定期开展环境信息公开，并制定和发布独立 ESG 报告，强化信息披露合规管理。同时，针对环境监管要求的持续提升，公司对生产方式及技术设备进行调整，强化法规识别与落实，建立健全合规管理体系，确保经营活动符合相关法律法规要求。在技术层面，公司推进节能降耗相关技术的优化与部署，通过建设蒸汽管道降温减压装置等措施，提升能源利用效率并降低运营成本。此外，公司建立完善的 ESG 管理体系，将 ESG 管理纳入风险控制机制，防范 ESG 负面事件的发生，降低潜在声誉风险。

### 物理风险

公司建立并完善台风防汛等应急管理制度，配备必要的应急设备和物资，定期开展风险识别与应急演练，提升突发事件应对能力。同时，公司通过设立高温津贴、完善厂房及办公区域制冷系统，并制定高温中暑应急预案，降低高温环境对员工健康及生产运行的影响。在长期风险应对方面，公司制定防洪专项应急预案，并持续提升供应链稳定性，密切关注气候变化趋势，建立相应应急预案体系，以保障生产经营的连续性与稳定性。

### 气候相关机遇

公司持续推进节能减排工作，推动主营业务向绿色低碳方向转型，在生产及办公环节落实节能降耗措施，降低资源消耗。同时，公司通过技术研发与应用，推进节能降耗相关技术在产品和服务中的应用，降低碳排放水平，提升市场竞争力与客户认可度。在管理层面，公司建立气候风险与机遇管理体系，对相关机遇进行识别、评估与动态跟踪，并制定相应应对措施，以在控制风险的同时把握发展机遇。

### 气候适应性评估

恒顺醋业结合国内外气候政策要求、行业发展趋势及经营实际，围绕转型风险、物理风险及气候机遇，对其发生路径、潜在影响及财务影响进行分析，识别气候变化对生产运营稳定性及长期发展的影响。在此基础上，公司将气候相关因素逐步纳入经营管理与决策体系，明确相关重点领域与管理方向。

管理实践方面，公司围绕转型风险、物理风险及气候机遇推进相关工作，通过强化信息披露与合规管理、优化生产方式与技术设备、推进节能降耗技术应用及完善 ESG 管理体系，将气候风险纳入风险控制机制。同时，公司建立防台防汛等应急管理制度，完善应急预案与供应链管理措施，降低极端气候对生产运营的影响，并持续推进节能减排与低碳转型，在降低资源消耗与碳排放的同时提升应对气候变化的能力。

## 气候管理指标与目标

#### 【关键绩效】

公司采用排放因子法，核算因能源消耗产生的温室气体排放数据，排放因子参考《中国温室气体排放核算与报告要求》，电力排放因子参考生态环境部发布的 2024 年电力平均碳足迹因子。

指标	单位	2025 年
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	26001.23
每百万元营收温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	12.06
范围 1 温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	1740.18
范围 2 温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	24261.05

## 碳减排举措

当前全球气候变化形势愈加严峻，全球已经开始采取广泛行动。公司将碳减排纳入日常运营与发展过程中，结合国家“双碳”目标推进绿色低碳转型。公司通过技术改造与能效提升等方式，持续关注办公、生产运营及运输等环节的能源使用情况，并在经营过程中逐步推动碳排放管理相关工作的开展。

#### 【案例】采用磁悬浮风机

公司积极开展技术创新，采用列入工信部《节能产品目录》、获得“能效之星”的磁悬浮风机替代原有罗茨鼓风机，节电、可调、降噪，年度节约用电 38.544 万 kWh，节约标准煤 47.37t。

#### 关键绩效

2025 年，公司共落实改造项目 **55** 项，其中涉及节能项目

**7** 个，资金 **116** 万元，另有节能小改小革



# 03 醇品至臻 醋进健康

恒顺坚守“质量是企业生命线”，打造全生命周期质量管理闭环，以多层次治理、多体系认证、全链条防控筑牢产品安全防线；立足 185 年酿造底蕴，以“健康化赋能”为核心战略，从“调味品专家”向“健康膳食合伙人”转型，布局轻盐、有机、功能性产品矩阵。同时，以科技创新为引擎，推动传统酿造数字化、智能化升级，深化产学研协同创新；秉持“以客户为中心”，完善全流程服务与负责任营销体系，守护数据安全与客户隐私。恒顺以匠心守品质、以创新谋发展、以服务创价值，让百年醋香承载健康使命，以优质产品与服务践行企业社会责任，推动行业可持续发展。

## 2025 年关键绩效

2025 年，公司研发费用共投入 9392.25 万元，占营业收入的 4.11%；研发人员共 152 人，占比 8.11%。

截至 2025 年末，公司有效专利数为 245 项，发明专利的申请数为 8 项。

2025 年客户满意度总平均得分为 91.96 分。

## ESG 中期目标

确保 BRCGS《食品安全全球标准》、ISO 9001 质量管理体系、HACCP 体系、CNAS 实验室认可、GAP、有机产品认证通过率 100%，并维持认证有效性。

建立并实施覆盖所有终产品出厂批批检验，确保终产品出厂合格率 100%。

持研发投入强度不低于行业平均水平。

## 回应的 SDGs 可持续发展目标



## 营养与健康

### 健康战略定位：锚定健康赛道，重塑行业之味

恒顺品牌不仅是“醋的代名词”，更致力于成为“健康生活的调味专家”。公司将“高端化立基、全国化覆盖、健康化赋能、年轻化破圈”作为核心发展战略，把健康化发展贯穿于产品研发、工艺革新、品牌建设全流程。董事长邵益农强调“我们不仅要让中国人吃好醋，更要吃出健康”，确立了“做强主业，深耕健康领域，拓展食醋应用场景”的发展路径，依托智能制造与科技研发双轮驱动，推动供应链质量与效率双提升，以健康化战略重塑食醋行业发展格局，引领行业迈入“健康时代”。恒顺醋业将健康化发展作为企业长期战略核心，以国企担当扛起行业健康发展标杆的责任。

### 健康产品布局：健康产品创新，提升品牌价值

恒顺围绕消费者多元化的健康饮食需求，坚持发展以健康为主线的产品，以“有机、轻盐、功能性”为抓手，致力满足大众对健康生活的追求。在坚守传统酿造工艺的基础上，持续丰富健康产品矩阵，实现从传统调味品到健康功能性食品的延伸，让健康理念落地于每一款产品。

## 健康产品创新

### 有机系列

简洁配方，配料干净，全程有机，可溯源。有机系列的推广词：有机调味，回归简单。

#### 有机恒顺香醋



#### 有机糯米料酒



#### 有机味极鲜



有机特级酱油（原味、松茸味）儿童酱油：精准控量，给宝宝的安心好酱油。特别减钠 54%



### 功能性系列

纯粮酿造，配料干净。药食同源，健康养生。

恒顺小支醋系列：蜂蜜养生醋、沙棘口服醋、蜂蜜宴会醋：每日一支，蜜润生活。其中蜂蜜添加量 20%、沙棘浓缩清汁添加量 14%



## 产品质量与安全

质量是企业的生命线，恒顺醋业历经百年传承与创新，始终将产品质量与食品安全置于发展首位，构建了全维度、全流程、全生命周期的质量管理体系，从治理架构、制度标准、体系运行、风险防控、流程管控、文化建设到不合格品处理形成闭环管理，全方位筑牢产品质量安全防线，确保产品品质稳定可靠。

## 产品质量相关治理

公司建立了分级负责的食品安全责任体系与管理架构，由公司负责人、食品安全总监和食品安全员分层把控，形成“董事会决策、高管层统筹、质量管理部牵头、各部门协同、全员参与”的质量管理工作格局。公司定期召开产品安全和质量工作例会，全面回顾、分析评价质量控制情况，及时排查并改善质量风险。

同时，公司全面落实食品安全主体责任并层层分解，明确各部门负责人为辖区内食品安全与质量第一责任人，将质量责任细化至每个岗位、每位员工，实现质量管理无盲区、无死角。为强化责任落实，公司推行质量责任问责制，并授权食品安全总监行使质量和食品安全“一票否决制”，确保全过程质量和食品安全管理落地见效。



公司以《中华人民共和国食品安全法》和《食品生产通用卫生规范》等法律法规为基础，结合《食品安全国家标准 酱油》（GB 2717—2018）《食品安全国家标准 食醋》（GB 2719—2018）等调味品国家标准，立足行业发展趋势及企业生产经营实际，建立了覆盖全面、权责清晰、管控有效的质量管理体系。

2025 年，公司紧扣“提升质量管控效能、强化全链条风险防控”核心目标，对现有质量管理体系开展系统性更新与优化，累计更新制度文件 63 份，涵盖《食品安全防护计划》《有毒有害化学品管理制度》《食品安全文化计划》《生产作业指导书》《原辅料验收标准》等关键制度，制度覆盖原辅料采购、生产加工、成品检验、仓储运输、售后服务全流程，为产品质量管控筑牢制度根基。

公司以质量管理体系为基础，逐步融入 BRCGS《食品安全全球标准》、危害分析与关键控制点（HACCP）体系、基地管理 GAP 体系、实验室 CNAS 认可、有机产品认证等共 6 个体系，构建形成实施一体化管理的综合性质量管理体系，打造出具有鲜明企业特色的质量模式和企业文化。

2025 年，公司各质量管理体系运行平稳，体系审核通过率达到 100%，通过多体系的融合运行，实现产品质量管控的规范化、标准化、精细化，为产品质量提供了体系化保障。



CQC 质量管理体系认证证书

BRCGS 认证证书

HACCP 体系认证证书



良好农业规范认证证书

实验室认可证书

有机产品认证证书

## 产品质量影响、风险与机遇

为强化质量与食品安全风险防控能力，完善全链条风险管控体系，公司构建了“识别 - 评估 - 控制 - 复盘”的风险防控体系。

## 恒顺醋业产品质量风险与机遇识别结果

类别	风险 / 机遇	主要描述	应对策略
风险识别	产品质量管控风险	产品全生命周期存在未被及时识别的潜在质量安全风险，如原料污染、生产工艺偏差、成品品质波动等	<ul style="list-style-type: none"> <li>引入质量与食品安全风险预警机制，对产品从原料采购、生产加工、成品检验到仓储运输、售后服务的全生命周期潜在风险，开展全面识别、科学衡量、精准评价与有效控制，实现风险的前置化防控；</li> <li>建立风险预警数据库，系统收集行业内质量事故案例、公司内部历史不合格项、客户投诉及市场反馈的各类质量问题，形成标准化风险数据储备；</li> <li>每半年组织一次风险复盘会，结合数据库信息与实际运营情况，及时更新风险清单与防控措施，持续优化风险管控体系，避免同类问题重复发生。</li> </ul>
	风险应急处置风险	突发食品安全事件、产品质量问题时，企业应急处置能力不足，无法快速、高效开展应急响应、产品召回等工作，可能导致风险扩大，加剧对企业经营与品牌形象的负面影响	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期组织开展食品安全应急演练、产品召回演练、食品安全防护演练，模拟各类突发质量安全场景，强化相关人员应急处置实操能力；</li> <li>通过风险预警机制提前梳理各类突发风险的处置流程与应对方案，让应急处置工作有章可循，提升风险响应的及时性与有效性</li> </ul>
机遇识别	风险管控体系优化机遇	消费市场对食品质量安全要求持续提升，完善的全链条风险管控体系成为企业核心竞争力之一；系统化、规范化的风险管控模式可有效提升产品质量稳定性，减少质量问题发生，进而提升客户满意度与品牌信任度，为企业市场拓展与品牌升级奠定基础	<ul style="list-style-type: none"> <li>由食品安全小组综合汇总各部门风险识别结果及控制措施，充分考量内外部各类影响因素，构建整合性管理体系，形成《风险与机遇管理一览表》，进而推动企业风险管控工作的系统化、规范化发展，打造全链条、闭环式的质量安全风险管控体系，将风险管控能力转化为企业品牌优势与市场竞争力，进一步巩固市场地位，提升品牌美誉度。</li> </ul>

## 产品质量战略与举措

### 产品全生命周期质量管理流程：闭环管控，全程追溯

公司以全生命周期管控为核心，建立“源头管控—过程精细化—末端追溯—持续改进”的闭环管理流程，多措并举提升产品质量管控水平，实现产品从原材料到终端消费的全流程质量把控。



为强化质量检测保障，公司引进先进检测设备，组建专业检验团队，严格遵循生产全流程检测要求，建立“四个严把关”多重检测管控机制，全方位防范质量风险，即严把原辅材料入厂质量关、严把过程产品质量关、严把成品入库质量关、严把成品发货质量关。公司检测中心通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）实验室认可，管理水平与检测能力获得权威认可，检测结果科学、准确、可信；同时推行常态化监督检测，定期开展内部检测能力验证，积极参与国家、省、市三级市场监管部门抽检，近年来抽检合格率均为 100%。

### 产品质量文化建设：内化于心，外化于行

公司制定《食品安全文化计划》，以多样化的食品安全文化活动为载体，强化员工质量意识，提升专业技能，让质量理念成为员工日常工作的指引，推动质量文化内化于心、外化于行。

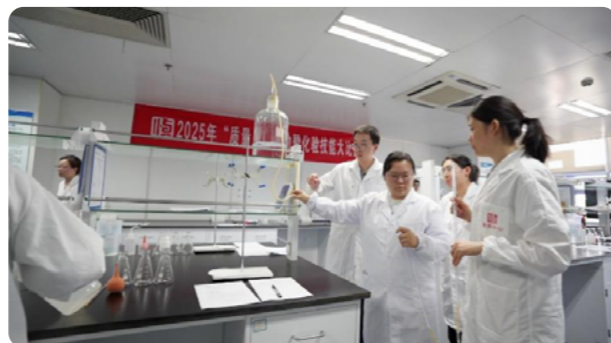
#### 建立年度培训计划：

2025 年度食品安全与质量培训采用内训与外训相结合的方式，共计开展 145 次，其中内训 101 场次，外训 44 场次，实现员工质量知识与技能的全方位提升。



#### 开展质量月活动：

围绕质量提升开展多类特色活动，技能比拼类活动包括化验技能大比武、包材找茬大比拼、食醋感官评价；特色主题活动中，“金点子质量建议”累计收集 33 条建议，“我与质量微故事”累计收集质量征文 16 篇，“质量王者”线上知识竞赛累计 124 人参赛，参与率较 2024 年整体提升 39.3%；现场管理提升活动中，“亮剑活动”组织各车间自查自纠问题 55 条，“火眼金睛”联合督查活动共检查问题 72 条，通过自查与督查结合，提升现场质量管理水平。



#### 组织 QC 小组活动评比：

2025 年公司成立 QC 小组 16 个，累计开展 106 个 QC 质量改善活动，QC 小组自发聚焦各类质量问题，运用专业工具深入剖析，创新性提出解决方案并落地实践，持续优化工艺、改善产品质量，让质量提升成为企业内生动力。

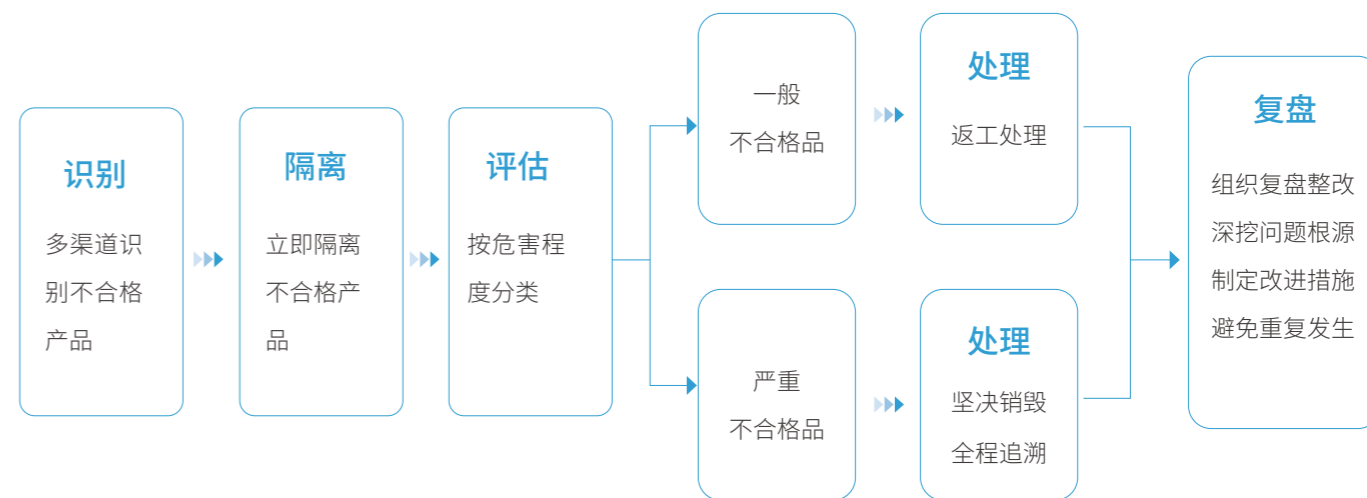


### 不合格产品处理与质量安全事故

公司建立健全不合格产品处理与质量安全事故防控体系，制定《不合格品控制程序》《不合格和纠正措施控制程序》《产品召回管理制度》等文件，明确全流程管控要求，确保不合格品处理与事故防控有章可循。

在产品召回与追溯方面，2025 年公司未发生产品召回事件，并积极组织开展正向、反向追溯演练累计达 11 余次。演练过程中，对生产各环节信息进行深入追溯，同步开展物料平衡测试，确保能精准无误地从成品溯源至原辅料批次及对应供应商，完整呈现从生产流程起始至成品销售的全过程信息，提升产品追溯与召回能力。2025 年公司未发生重大质量与食品安全事故，产品质量安全保障能力持续提升。

#### 恒顺醋业不合格品处理流程



#### 【关键绩效】

报告期内，公司未发生重大质量与食品安全事故，未发生产品召回事件。

### 产品质量指标与目标

公司确立以“客户为中心质量生命传承创新，公正高效，持续改进，追求卓越”为质量方针，制定明确的质量目标：终产品出厂合格率 100%；重大质量与食品安全事故为 0；顾客满意度 90% 以上；投诉比 ≤ 0.005%。

2025 年，公司高质量完成全部质量目标：终产品出厂合格率 100%，重大质量与食品安全事故为 0，顾客满意度 91.96%，投诉比为 0.001%，各项指标均优于既定目标，产品质量管理工作成效显著。

## 客户服务

恒顺醋业在提供高品质产品的同时，始终秉持“以客户为中心”的服务理念，严格遵守消费者权益保护相关法律法规，构建了完善的客户服务治理体系、全流程服务流程、标准化投诉处理机制和科学的满意度调查体系，不断提升服务品质，维护消费者合法权益，深化与客户的合作关系，推动企业与客户的共赢发展。同时，公司通过负责任营销与品牌战略升级，进一步提升客户体验与品牌认可度。

### 客户服务治理：合规为基，制度保障

公司严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》，制定《销售客户投诉管理制度》，对消费者投诉的处理流程、回应时限、责任划分进行标准化规范，明确各部门在客户服务中的职责，确保消费者的合法利益得到有效保障，为客户服务工作的开展奠定坚实的制度基础，推动客户服务工作的规范化、标准化运行。

公司结合市场布局特点，将全国市场分为六大战区（苏南、苏北、东部、中部、西南、北部）及四大渠道（零售、特通、餐饮、电商），针对不同市场与渠道配置专业的销售与客户服务团队，由市场体系各业务线负责人领导并向管理层汇报。团队定期召开片区会议及专题汇报，快速对接市场及客户需求，高效协调内部资源，及时解决客户问题，持续提升客户满意度及企业综合竞争力。



### 客户服务流程：机制健全，全程管控

公司秉持“以客户为中心”的核心理念，不断完善售前、售中、售后全环节服务体系，搭建全国性客户服务网络，借助数字化营销管理手段提升服务效率与质量，明确需求管理各方职责与协同机制，实现客户需求的快速响应、高效处理，全方位强化企业整体服务竞争力。

公司构建了全面的客户沟通与投诉处理机制，确保客户声音能被有效倾听与快速响应。我们通过《顾客满意监视程序》与《顾客投诉处置程序》提供制度保障，并依托电话、邮件、官网留言等多渠道，及完善的经销商档案，主动收集客户反馈。同时，公司定期开展客户拜访与满意度调查，深度了解需求，巩固客户关系。

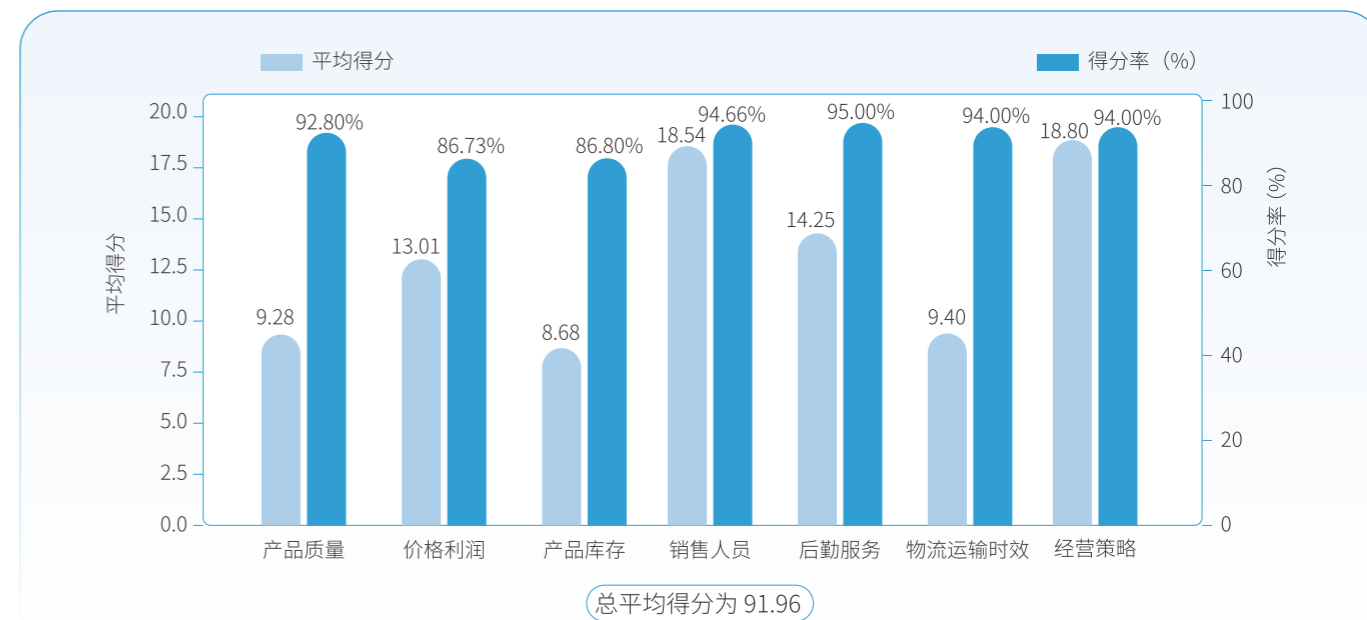
针对客户投诉，公司建立了严谨高效的闭环处理流程，涵盖受理、原因分析、整改制定与实施、结果确认等环节，确保责任到人、全程可控。公司投诉处理完结率长期保持 100%，基于反馈持续优化服务，赢得了客户信赖，推动了服务质量的不断提升。

### 客户满意度调查：科学测评，持续优化

顾客满意度是衡量公司产品与服务品质的重要指标，也是评价企业质量管理体系业绩的关键手段，公司将提升顾客满意度、培育顾客忠诚度作为客户服务工作的核心目标，通过科学的满意度调查体系，客观评估产品与服务水平，针对性改进优化。

2025 年，公司营销中心共发出 400 份《顾客满意度调查表》，收回 372 份，回收率 93.00%。调查从实物质量、服务和其他等多维度开展，对重点经销商从基本信息、经营实力、近四年销售状况等方面进行摸底调查，为市场网络结构梳理与服务优化提供信息基础。

客户满意度各维度评测结果



【关键绩效】 2025 年

公司的客户满意度总平均得分为

91.96 分

### 负责任营销

公司严格压实责任营销，遵守《中华人民共和国广告法》、《食品安全国家标准—预包装食品标签通则》(GB7718-2011)、《食品安全国家标准—预包装食品营养标签通则》(GB 28050-2011)等法律法规，建立完善的产品标签管理流程，确保产品标签规范、营销宣传真实，夯实负责任营销行为。公司以合规的营销活动为载体，将“醋香中国恒顺一生”的健康理念传递给消费者，树立诚信经营的企业形象。

#### 品牌传播多元化

依托央视权威背书构建品牌高度，借势流量媒体实现全国认知渗透；以央广传媒为传播主阵地，在电视端、广播端传播产品健康属性，覆盖高净值人群，通过产品价值点的消费者教育，拉动消费客单价提升；紧跟社会热点事件，利用苏超体育营销等社会化活动开展品牌传播，在赛事外场进行产品体验、内场进行品牌露出，将事件流量转化为品牌流量，与网络热点高频互动，加深与年轻消费者的黏性。

#### 产品价值深度挖掘

深度挖掘食醋的健康属性，从“调味品”向“功能性食品”延伸，联合瑞金医院、江南大学等专业机构，探索食醋的健康与药用价值，将恒顺品牌与餐桌健康高度绑定；打造企业专属节日 IP “721·食醋健康日”，通过系列活动向受众传递品牌美好愿景与产品健康化属性。



#### 渠道建设精细化

将餐饮渠道打造作为企业未来增量的重要组成部分，与多地餐饮协会和厨师协会建立联谊关系，以厨师的使用场景教育为抓手，以产品的定制化服务为核心，深耕餐饮渠道建设，为企业增长点蓄能。

【关键绩效】 2025 年

公司未发生市场营销违规事件。

## 创新驱动

创新是企业高质量发展的核心引擎，恒顺醋业立足食醋酿造传统根基，打破传统思维定式，确立创新驱动发展战略，构建了完善的研发管理体系，深化产学研合作，取得了丰硕的研发成果，并大力推进生产环节的数字化与智能化革新，实现传统酿造技艺与现代科技的深度融合，推动企业从“经验主导”向“数据驱动”转型，为产品质量提升、产业升级提供核心技术支撑。

### 创新驱动战略：体系化布局，守正创新

公司将“科技创新”作为高质量发展的核心引擎，构建了集战略定位、平台支撑、研发聚焦、转型路径于一体的科技创新战略体系，同时树立“守正创新”的创新文化理念，实现战略与文化的协同发展，推动研发创新工作走深走实。

#### 研发创新管理架构

##### 科技创新战略体系

在战略定位上，建立集“基础研究、工艺革新、产品研发、成果转化”于一体的全链条科创体系；在平台支撑上，依托国家级企业技术中心、博士后科研工作站，汇聚食品科学、生物工程、分析检测等多领域专业人才，形成兼具传统酿造经验与现代科研能力的攻坚团队；在研发聚焦上，与江南大学、江苏大学等高校深度合作，重点围绕酿造微生物开发与菌种资源构建、风味调控与标准化工艺、智能制造与装备创新、健康功效成分研究与产品开发四大方向开展研发；在转型路径上，推动传统酿造从“经验主导”向“数据驱动”转变，通过智能翻醋机、集成式智能酿醋一体机等装备创新，实现开放式人工酿造向封闭式可控智能酿造的升级。

##### 创新文化理念

秉持“笨功夫”与“新智慧”融合的理念，“恒”代表坚守传统技艺与匠心品质的“笨功夫”，“顺”预示拥抱现代科技与创新趋势的“新智慧”，二者相得益彰，服务于“让每一滴醋都承载对生命的敬意”的目标；树立“守正创新”的核心价值观，“守正”即传承国家级非遗“固态分层发酵技艺”，确保传统味觉记忆，“创新”即运用现代工艺、装备、手段提升品质保障与健康内涵，秉持“创新是最好的传承”的发展理念。

## 研发管理体系：架构完善，机制健全

公司构建了架构完善、制度健全、激励有效的研发管理体系，从组织架构、平台建设、人员配置、行业参与、激励机制等多方面，为研发创新工作提供全方位保障，推动研发创新工作规范化、高效化开展。

### 研发创新体系



#### 组织架构与负责部门

**高管与董事会职责：**公司设有产品战略委员会，负责强化产销协同与市场洞察，指导研发方向。研发工作由研发中心负责人具体管理。

**具体部门：**研发中心下设醋、酒、酱、复合调味料四个研发部，其中“醋研发部”专门负责食醋发酵技术及新品开发。

**核心平台：**公司构建了以国家级企业技术中心、国家博士后科研工作站为核心，涵盖江苏省农产品生物加工与分离工程技术研究中心、江苏省发酵调味品工程研究中心等多个省级以上科研平台的高端研发体系。



#### 政策与制度

**管理体系：**公司引入 IPD（集成产品开发）研发管理体系和 SAP 全数字化研发管理流程，建立了行业高水平的数字化研发管理体系。

**投入保障：**研发投入持续增长，2025 年研发投入 9392.25 万元，占营业收入比例为 4.11%。公司设有占地 6000 多平方米的研究实验场所和中试基地。



#### 人员构成

**团队规模：**2025 年公司研发人员数量为 152 人，占公司总人数的 8.11%。

**年龄与专业：**团队以中青年为主，专业覆盖食品科学、生物工程、分析检测等领域，形成了传统酿造经验与现代科研能力结合的团队。

## 研发战略与举措

### 数字化与智能化：技术赋能，工艺革新

公司聚焦核心酿造工艺的智能化改造与生产全流程的自动化、信息化升级，实现传统酿造工艺与现代智能技术的深度融合，生产环节 90% 以上实现自动化，智能罐装线产能提升 4-5 倍，《恒顺食醋全流程价值链协同智能工厂项目》入选首批国家级卓越智能工厂，推动食醋产业向智能化、现代化转型。

#### 核心酿造工艺的智能化革新

针对食醋酿造最核心、最依赖人工经验的“固态分层发酵”环节，公司进行了革命性改造，推行“以池代缸”与智能翻醅，用大型发酵池替代传统陶缸，自主研发智能翻醅机替代人工翻醅。通过三年多实验，累计超过 10 万条温度、翻醅深度与时间的数据，解决了老师傅经验难以复制和传承的行业难题。未来，公司将集中研发集成式智能酿醋一体机，通过罐体转动、回流通气等技术，将传统的开放式、不可控的人工酿造，转变为现代化、封闭式、可控的智能酿造，为纯菌种发酵和高价值产品开发奠定基础。

#### 生产全流程的自动化与信息化升级

在智能灌装与码垛方面，引入高速智能灌装线，效率由 2.4 万瓶 / 小时提升至 3.6 万瓶 / 小时，并实现从灌装到码垛的全流程智能管控，大幅减少人工干预；在智能仓储物流方面，投资建设智能立体库，拥有约 2 万个托盘位，通过 WCS、WMS 等系统，实现产品从下线、自动赋码、入库到出库的全生命周期自动化管理，出入库效率比人工提高近 10 倍，仅需 3-4 人值守；在全链条质量追溯方面，构建“从农田到餐桌”的全生命周期食品安全追溯体系，利用物联网技术，对原料（稻米）种植的用药、施肥、土壤温湿度进行实时监控与数据采集，并将生产、仓储、物流等关键环节纳入一体化管理，确保产品全程可追溯，进一步提升产品质量管控水平。

### 产学研共建：深度融合，协同创新

公司坚持产学研深度融合的发展模式，与国内知名高校、科研院所、医疗机构建立广泛的战略合作关系，围绕食醋产业关键技术、健康价值、工艺革新等方面开展联合研发。

在产业联盟方面，公司发起组建中国食醋产业技术创新战略联盟，联合 20 多家企业、8 家院校、3 家科研院所，推动行业共性技术研发与应用。

与上海交通大学附属瑞金医院签订产学研战略合作协议，并共同开展第一期的恒顺香醋功效的创新研究；

引进南昌大学食品学院知名教授作为技术顾问开展食醋基础研究，该项目获批 2025 年镇江“金山英才”计划；

与马尔凯理工大学医学院合作的《中（欧）意固态发酵葡萄酒香醋智能化酿造技术的联合研发》项目，获批 2025 年镇江市国际科技合作项目；

与江苏大学合作的《镇江香醋生物胺代谢阻控技术研究与示范》项目，获批 2025 年镇江市重点研发计划——现代农业项目；

与江苏大学合作的另一项目，获批 2025 年重点研发计划——产业前瞻项目。

与此同时，在行业交流方面，主导召开多届国际食醋科技论坛，与全球行业专家进行战略与研发方向交流；在标准制定方面，研发中心参与了 3 件国家标准、3 件行业标准的制修订工作，作为中国调味品协会会长单位和食醋专业委员会主任委员单位，积极牵头组织国家酿造食醋标准的修订工作，提升行业准入门槛。

### 研发成果：成果丰硕，行业引领

公司长期深耕食醋领域研发创新，以雄厚的科研实力为高质量发展提供坚实支撑。截至目前，公司累计承担省部级以上重大科研专项 6 项（含国家重点研发计划 3 项、省重大科技成果转化专项 1 项），拥有有效专利 200 余件（其中发明专利 90 余件），获省部级以上科技奖励近 20 项，并建成了包含 500 余种菌种的核心微生物菌种库。代表性奖项包括国家技术发明二等奖、江苏省科学技术一等奖、中国专利银奖，以及多项中国轻工业联合会科技进步一等奖与技术发明一等奖。

2025 年，公司创新成果持续涌现，先后荣获江苏省科技进步二等奖、江苏省行业领域优秀科技进展、2024 年中国商业联合会技术发明特等奖及科技进步一等奖等重要奖项，创新引领地位不断巩固。

#### 【关键绩效】 2025 年

公司研发费用共投入	占营业收入的	截至 2025 年末，公司有效专利数为	发明专利的申请数
<b>9392.25</b> 万元	<b>4.11%</b>	<b>245</b> 项	<b>8</b> 项

## 数据安全与隐私保护

在数字化发展背景下，恒顺醋业高度重视数据安全与客户隐私保护，建立了完善的数据安全管理组织架构，制定了针对性的保护措施，明确了清晰的网络安全目标，通过技术防护、管理规范、员工培训、应急保障等多方面举措，保障数据全生命周期安全可控，切实维护客户隐私，支撑企业业务合规、稳定、可持续发展。

### 数据安全体系

公司成立网络安全和信息化领导小组，作为数据安全与网络安全管理的核心决策机构，领导小组组长由公司党委书记、董事长担任，组员包括公司多位高级管理人员。领导小组下设办公室，主要负责处理网络安全的日常监督管理工作，开展网络安全工作情况收集、汇总、反馈、上报等工作，形成“领导小组决策、办公室执行”的分级管理体系，确保数据安全工作层层落实、有序推进。

### 客户隐私保护制度体系

公司针对客户隐私相关的营销数据，建立了严格的调取管控流程，各部门如需调取营销数据，必须通过 OA 系统提交《营销数据需求申报表》，经相关流程审批通过后方可执行，通过规范化的流程管控，防范客户隐私数据的违规调取与使用，切实保护客户隐私。

### 数据安全与隐私保护具体措施

公司从技术防护、员工培训、应急管理、数据备份等多方面入手，实施多项技术和管理举措，构建全方位的数据安全与隐私保护体系，覆盖公司内部及相关业务系统，在与供应商及其他商业伙伴进行数据交互时，亦遵循相同的安全策略。



### 技术防护精细化

在数据分类管理方面，对数据进行分类分级管理，对进入安全分析平台的数据全部采用加密输入和输出，确保核心数据的安全性；在数据传输环节，公司业务系统在 Web 发布时采用 HTTPS 加密协议，保障数据传输过程中的机密性和完整性，邮件附件可根据需要选择加密传输，进一步提升信息外发环节的安全性。



### 员工培训常态化

为加强员工数据安全保护意识，公司开展《恒顺网络和网络安全数据安全专题培训》《网络安全意识培训和应急演练》等专场培训，并在《百年恒顺》第 200 期刊登发布网安培训事项；在公司内部组织开展网络及数据安全方面的“你问我答”活动，通过多样化的培训与活动，提升员工的数据安全意识和操作规范。



### 应急管理体系化

公司制定完善的网络及数据安全应急预案，并组织开展应急演练，通过实战化演练提升应对网络安全与数据安全突发事件的处置能力，确保在突发情况下能够快速响应、有效处置，最大限度降低安全风险。



### 数据备份全面化

为保障业务连续性与数据安全，公司对核心系统与硬件设备实施全面的备份策略。备份范围覆盖主要业务系统、数据库及关键硬件设备的配置与运行数据；备份方式采用自动化备份与手动备份相结合，并根据系统重要性设定不同的备份频率，如核心系统每日备份、其他系统定期备份；部分备份数据采用异地或云端存储方式，防范区域性风险，进一步提升数据容灾能力。

## 数据安全与隐私保护目标

公司将“保障数据全生命周期安全可控，支撑业务合规、稳定、可持续发展”作为数据安全管理的核心目标，围绕该核心制定七大维度具体目标，全方位覆盖数据安全管理的各个方面。2026 年度，公司计划在 EDR 授权扩容、网络安全服务等方面共计投入 30 余万元，持续强化数据安全技术防护能力。

#### 保密性目标

- 防止未授权访问、泄露、窃取与贩卖
- 核心数据、商业秘密、个人信息分级保护

#### 完整性目标

- 确保数据不被非法篡改、删除、伪造
- 保证业务数据真实、准确、可追溯

#### 可用性目标

- 保障关键数据与系统在需要时可正常使用
- 抵御勒索病毒、故障、灾难导致的业务中断

#### 合规性目标

- 满足《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等法规要求
- 满足行业监管、第三方合规与审计要求

#### 可追溯与可审计目标

- 关键操作留痕、异常行为可监测、可溯源
- 形成完整安全审计与事件处置机制

#### 业务支撑目标

- 以安全赋能业务，而非阻碍效率
- 建立风险可控的数据共享、使用、流转机制

#### 持续治理目标

- 建立制度、流程、组织、技术一体化体系
- 实现常态化、体系化、可量化的数据安全治理

#### 【关键绩效】 2025 年

公司未发生信息泄露相关事件。



# 04 酝才成匠 共享醇芳

公司坚持以人为本的发展理念，将员工视为企业持续发展的重要基础，不断完善员工管理与发展体系。公司严格遵循相关法律法规，保障员工合法权益，构建规范有序的雇佣环境，同时围绕岗位需求开展培训与发展工作，完善职业发展通道与激励机制。同时，公司通过福利保障、沟通机制及文化活动等方式关注员工实际需求，提升员工的获得感与归属感。公司始终重视职业健康和生产安全，建立系统化管理体系，持续推进风险防控与健康保障相关工作，推动员工发展与企业经营协同推进。

## 2025 年关键绩效

劳动合同签订率 **100%**，社保覆盖率 **100%**。  
安全培训覆盖全员 **100%**，员工体检覆盖率 **100%**。  
全年员工培训覆盖率 **100%**，培训总次数 **388** 次。  
无雇佣童工、强迫劳动或歧视行为。

## ESG 中期目标

员工培训覆盖率不低于 **90%**，确保每年至少开展一次全员安全生产与技能提升培训；  
员工满意度调查覆盖率不低于 **80%**，并基于反馈结果制定至少一项改善措施。

## 回应的 SDGs 可持续发展目标



## 员工雇佣

### 雇佣管理体系

作为上市国有企业，公司遵循国家劳动法律法规、国资监管要求及上市公司治理规范，构建由人力资源部门统筹、业务部门协同、监督部门参与的员工管理架构。公司制定《员工手册》，涵盖企业文化、行为规范、安全管理及员工管理等内容，对员工休息休假、培训与发展等合法权益予以制度化保障。

公司坚持平等雇佣原则，依据相关法律法规并参照镇江市国资委有关文件要求，制定《公开招聘录用管理办法》，对一般岗位、重点岗位及管培生招聘实施全流程管理，覆盖人员需求提报、招录计划制定、应聘者甄别、综合测评、录用审批、入职体检及入职手续等环节，形成闭环管理机制。同时，公司严格落实《女职工劳动保护特别规定》，保障女性员工在薪酬福利及职业发展方面的平等权利；明确禁止公司及各级子公司存在强迫劳动行为，不得以暴力、威胁或非法限制人身自由等方式强制劳动。

报告期内，公司对《员工手册》进行了更新完善，从制度适配、权益保障、管理流程优化及规范化等方面进行修订，推动员工管理体系与公司发展相匹配。公司出台《关于规范公司级津补贴和福利待遇发放的暂行办法》，对津补贴的名称、发放标准及发放方式进行明确，规范薪酬福利分配管理。同时，公司修订《外派财务负责人管理办法》，对外派财务人员的任职条件、任命程序、管理职责与权限、薪酬待遇及考核要求等进行规范，以强化对子公司的财务监督，促进国有资产保值增值，维护全体股东权益。

### 雇佣流程与措施

公司从劳动保护、岗位培训及合规管理等方面对灵活就业人员（含劳务外包、兼职等）实施规范管理与权益保障。公司设立包括书面渠道、内部办公系统、邮箱及电话在内的多元化劳工申诉渠道，建立常态化申诉响应机制。申诉受理后，由人力资源部门会同相关业务部门开展调查核实与争议调解。

#### 公司的合规雇佣承诺或措施



为确保向所有人提供平等的工作机会和职业发展空间，公司始终坚持公正、公平、公开的选才与用人原则。在人才评估过程中，我们综合考量个人的教育背景、专业技能与工作经验，确保选拔标准科学、程序规范。



公司禁止招用未满十六周岁的未成年人，在招聘环节要求应聘人员提供身份证件等有效证件，确保其符合法律规定的最低工作年龄要求。



公司严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》以及《中华人民共和国社会保险法》等国家和地方相关法律法规以及相关要求，严禁本公司及下属各级子公司强迫劳动，要求不得以暴力、威胁或非法限制人身安全的手段强迫劳动者劳动。

#### 【关键绩效】

报告期内，公司未发生重大劳工权益申诉纠纷，相关申诉事项均得到妥善处理，处理满意度达 100%，用工合规风险得到有效管控。

公司重视高层次人才队伍建设，通过引进与培养相结合的方式，发挥高层次人才在技术创新、工艺改进、质量提升及产业升级中的作用。同时，公司持续推进“双百工程”，通过校园招聘选拔具备发展潜力的管理培训生，优化人员结构，完善人才梯队建设，提升人力资源配置的前瞻性与科学性。

#### 【关键绩效】

报告期内，公司高层次人才队伍保持稳定，相关职称、荣誉及任职情况未发生重大变化。

报告期内，公司引进 **13** 名营销、生产、研发、质量等专业方向的管培生，并通过培训、轮岗及挂职等方式开展培养。

目前在职管培生中，**14** 人入选恒顺红领后备干部队伍，**3** 人被任命为中层管理人员。

### 雇佣影响、风险与机遇

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》及其他劳动与社会保障相关法律法规和地方政策要求，在人才招聘与培养全过程中贯彻平等用工原则，营造多元化、包容性的工作环境。

风险机遇	应对措施
<b>劳工纠纷风险</b>	公司依法与员工签订劳动合同，保障员工在劳动报酬、休息休假、职业健康与安全、社会保险与福利、工会参与等方面的合法权益。同时建立书面、内部办公系统、邮箱及电话等多元化申诉渠道，并形成常态化响应机制，由人力资源部门联合相关部门开展调查与调解，降低劳资纠纷风险。
<b>使用童工 / 强迫劳动风险</b>	公司明确禁止使用童工及任何形式的强迫劳动，要求公司及各级子公司不得以暴力、威胁或非法限制人身自由等方式强制劳动，防范法律及声誉风险。
<b>就业歧视风险</b>	公司坚持平等雇佣原则，在招聘与用工全过程中遵循公平、公正、公开原则，明确杜绝涉及种族、性别、年龄、民族、身份、户籍、宗教信仰等方面的歧视性行为。在招聘过程中规范岗位信息披露，明确职位要求及流程，确保信息对称，保障候选人公平参与竞争。
<b>员工流失风险</b>	公司通过实施“双百工程”，开展校园招聘并引入管理培训生，结合培训、轮岗及挂职等培养机制，完善人才梯队建设，优化人员结构，提升员工发展通道与组织稳定性，降低人员流失风险。

## 雇佣指标与目标

公司围绕人才发展与员工权益保障，明确人力资源管理及招聘相关目标，支持公司可持续发展。

中期目标：

- 公司严格执行薪酬福利及用工管理相关制度，确保薪酬福利发放、劳动合同签订及社会保险缴纳合规率保持 100%，杜绝重大劳动争议发生；
- 结合业务发展需求，持续推进各类人才招聘，重点引进核心岗位、紧缺人才及高层次人才，提升岗位匹配度与到岗效率，优化人才队伍结构；
- 持续完善员工激励与职业发展体系，通过开展培训与员工关怀相关工作，提升核心员工留存率及员工满意度；
- 将年度员工整体离职率控制在 10% 以内，核心骨干员工离职率控制在 5% 以内。

男性员工数量	人	1144
女性员工数量	人	731

30 岁以下员工数量	人	214
30 ~ 50 岁员工数量	人	1334
50 岁以上员工数量	人	327
大专及以下员工数量	人	1362
本科员工数量	人	459
硕士员工数量	人	53
博士员工数量	人	1
高级管理层数量	人	15
中级管理层数量	人	79
基层员工数量	人	1781

按类别划分	单位	2025 年
员工流失率	%	3.08
员工流失人数	人	60
男性员工流失率	%	1.74
女性员工流失率	%	1.34
30 岁以下员工流失率	%	0.67
30 ~ 50 岁员工流失率	%	1.39
50 岁以上员工流失率	%	1.02
境内员工流失率	%	3.08
境外员工流失率	%	0

## 员工福利与关怀

### 员工薪酬体系

公司建立了以《薪酬管理制度》《绩效考核制度》《员工年度绩效考评管理办法》为核心的薪酬绩效管理体系。《薪酬管理制度》对薪酬结构及调整机制进行规范，《绩效考核制度》侧重月度日常绩效管理，《员工年度绩效考评管理办法》明确年度奖惩规则，三者相互衔接，形成以日常绩效积累为基础、年度综合考评为依据、薪酬差异化激励为导向的管理体系。

根据《薪酬管理制度》，除标准工资和浮动工资外，员工还可享有工龄工资、奖金以及国家规定的法定福利和公司提供的各类津贴、补贴。《绩效考核制度》规定，月度考核等级为 A 的员工对应月度绩效系数 1.1；《员工年度绩效考评管理办法》规定，年度考核等级为 A 的员工对应年度绩效系数 1.2，并建立 2 年周期的绩效调薪机制，实现绩效表现与薪酬调整的联动。

#### 【关键绩效】 2025 年

员工总薪资支出	劳动合同签订率	缴纳社保员工占比	员工人均薪酬
<b>32,216.17</b> 万元	<b>100</b> %	<b>100</b> %	<b>17.18</b> 万元

## 员工福利与关怀

### 福利保障

公司严格遵守国家劳动保障相关法律法规，依法执行标准工时制度。根据岗位性质及生产特点，一线生产及部分生产辅助岗位实行综合计算工时工作制，企业高管、一线销售及物流岗位实行不定时工作制。相关工作制安排已按规定履行行政审批程序，并按照规定周期执行，在满足生产经营需求的同时，合理安排员工工作时间与休息休假，保障员工合法权益。

公司持续开展工作场所安全检查与环境整治，配备必要的劳动防护用品，维护员工安全、健康的工作环境。同时，公司持续优化基础设施配置，已建成员工餐厅、通勤班车、职工书屋及体育活动场所等配套设施，并在工作场所设置母婴室等设施，以满足不同员工群体的实际需求，提升工作环境的适配性。

公司重视员工权益与福祉，建立并完善非薪酬福利体系，推动各项福利措施落实。

### 住房支持

针对新入职员工，公司提供员工宿舍，并协助落实租房补贴、购房补贴等支持措施



### 节日福利

在节假日向员工发放节日礼品，并为员工生日提供相应福利安排



### 健康关怀

每年组织员工体检，在基本医疗保险基础上配置补充医疗保险，拓展医疗保障范围



### 休假权益

严格执行带薪年假、探亲假、婚假等法定及公司补充假期制度



## 员工关怀

公司切实围绕服务职工群众，持续开展员工关怀与服务工作。坚持以职工为中心的工作导向，关注职工实际需求，通过多项举措提升职工满意度及获得感。

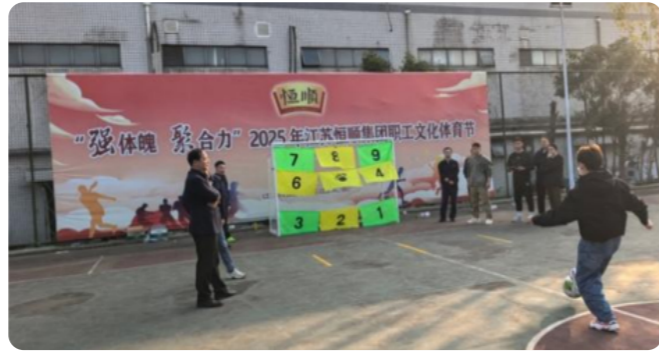
公司持续加大关怀力度，通过开展员工座谈会、慰问活动等形式，持续了解员工在工作与生活中的实际需求，并结合员工生活情况，优化通勤班车线路、改善员工宿舍环境等，提升员工工作与生活体验，增强员工的获得感与稳定性。

公司还聚焦青年人才发展，持续推进“恒顺红领”年轻储备人才队伍建设及关心下一代工作相关工作，逐步完善员工关怀机制，推动员工健康成长与企业发展相结合。依托群团组织，公司开展多样化员工关怀活动，包括举办“思辨青春 智启未来”青年辩论赛、“五四最强知识青年”答题挑战活动、“悦青春 阅经典”读书分享会、“红色剧本杀”红色故事推理活动以及集中观看电影《南京照相馆》等。

#### 【关键绩效】

全年累计关怀慰问职工 **316** 人次，覆盖医疗、家庭、婚育等多个方面，发放慰问金及礼金 **45** 万余元；为 **990** 名职工办理 2025 年度《职工基本医疗保险住院补充互助保障》，为 **342** 名女职工办理《女职工特殊疾病互助保障》；发放生日蛋糕卡 **1765** 份。

公司组织开展多样化文体活动，包括妇女节蛋糕制作活动、南山绿道健身跑及恒顺文体节等，涵盖球类、棋类、书画展及读书会等 **10** 项活动，参与约 **300** 人次，以满足职工精神文化需求，支持员工身心健康。



公司员工体育赛事

## 员工沟通与参与

公司持续深化民主管理机制，发挥职工参与企业治理的作用。坚持以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，报告期内完成公司第十一届会员代表大会换届选举，并召开第十三届一次职工代表大会，审议通过涉及职工切身利益的重大事项 8 项。同时，指导恒顺醋业工会完成组建，推动基层工会组织规范化建设。

公司完善职工民主参与机制，设立“第五届职工后勤福利管理委员会”，通过民主推选方式产生代表，参与职工福利相关事项决策。报告期内，围绕团体意外险选择、体检项目制定、夏季慰问品及端午节福利等事项，共形成 10 项福利决策，提升福利安排与职工需求的匹配度。同时，公司引导职工围绕生产经营及质量管理等提出合理化建议，并参与精益生产及 QC 小组项目。

公司还建立绩效沟通与申诉机制，对绩效沟通、结果反馈及异议申诉流程进行规范。在绩效周期内，部门负责人围绕员工上一绩效周期的工作情况开展面谈，就工作业绩、行为表现及改进方向进行沟通与反馈；员工如对绩效结果存在异议，可在收到考核结果后 2 个工作日内提出申诉，由人力资源部统一受理并处理。

## 员工满意度调查

公司建立常态化员工满意度调查机制，围绕企业文化、福利保障、工作环境、工作流程、职业发展等维度开展综合评价，调查覆盖公司全体在岗员工，采用线上问卷、匿名填报方式开展，每年组织一次。调查结果由人力资源部门汇总，与相关部门年度绩效考核挂钩，督促制定改进措施。

2025 年，员工满意度调查得分 89.32 分。

## 员工培训与发展

### 培训发展管理体系

公司重视员工职业发展与能力提升，结合公司发展目标及岗位需求，建立并完善《员工培训管理制度》《内部讲师管理办法》《培训效果评估管理办法》等制度，对培训需求调研、计划制定、组织实施、考核评估及效果转化等环节进行规范，覆盖全体在职员工，确保培训工作规范开展。

公司员工发展与培训体系实行分层管理、职责明确。董事会作为公司重大决策机构，负责审议中长期培训发展规划；高管层在董事会授权下组织落实相关决策，分管人力资源工作的高管负责培训工作的统筹推进；人力资源部作为主要执行部门，负责制度建设、培训需求调研、培训计划制定、培训资源整合及培训实施等工作；各业务部门指定培训联络人，配合开展本部门培训需求收集及内部培训组织，推动培训工作有序开展。



### 恒顺醋业员工培训体系

#### 岗前培训

新进员工入职前进行的培训

#### 监控指标

以提高本技能或增加第二岗位技能为需要，旨在提高员工处理业务的能力

#### 专业培训

主要针对高级管理岗位、被认定有潜力的员工进行的特定目的培训。

## 员工培训

公司围绕人才发展需求，构建分层分类、内外结合、全员覆盖的培训体系，持续开展员工能力提升相关工作。内部培训围绕制度流程、安全生产、合规管理及岗位技能等内容，组织开展新员工入职培训、在岗技能提升及内部讲师授课等活动；外部培训聚焦行业前沿与专业能力拓展，选派骨干员工参与外部研修、资质认证及行业交流，支持员工拓展专业视野。

公司结合业务实际，针对一线操作、专业技术、市场营销及综合管理等岗位开展相关技能培训。同时，公司配套建立员工能力提升激励机制，支持员工结合岗位需求开展持续学习。对于员工在职取得与岗位相关的学历学位，公司提供学费报销支持；对于取得专业技术职称及技能等级证书的员工，提供相应津贴补贴，并在岗位发展中予以考虑；同时将技能认定及职称评定与薪酬待遇、职业发展通道相衔接，形成相应的支持机制。

### 【关键绩效】

全年组织开展技能培训及劳动竞赛

8 项

参与约

200 人次

### 【案例】镇江市食醋制作工技能竞赛

报告期内，公司承办“镇江市食醋制作工技能竞赛”，共有全市 12 家醋企 70 余名选手参赛。竞赛围绕食醋酿造关键工艺及操作规范开展，涵盖理论与实操环节，为从业人员提供技能交流与展示平台。通过该活动，公司共有 25 名职工取得高级工证书。



此外，公司重视管理梯队建设，开展领导力与管理能力相关培训。

### 【案例】“红领”年轻储备人才业务能力提升培训

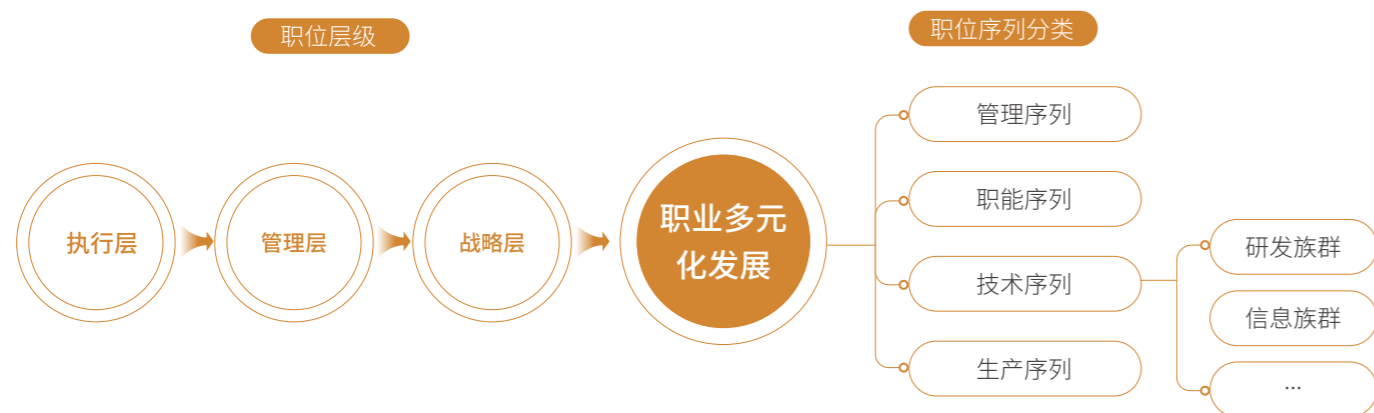
2025 年 11 月 20 日至 22 日，公司组织开展为期三天的“红领”年轻储备人才业务能力提升培训，围绕“战略解码—行动落地”主题，通过标杆研学与行动学习等形式，为相关人员提供交流与实践平台，支持其在岗位中更好开展相关工作。



## 考核与晋升

公司建立公开、公平、公正的员工选拔与晋升机制，按照自我推荐、民主推荐、资格审查、能力测评、组织考察、集体研究及任前公示等程序开展选拔任用工作，突出业绩导向、能力导向及一线导向，并将选拔结果与薪酬待遇及岗位职责相衔接。

同时，公司坚持市场化导向，为员工提供岗位发展空间，构建涵盖辅助、后勤、办事员、科员、主管、中层及高管等层级的职位体系，不同职级对应相应的职责与薪酬待遇。根据党管干部原则，中层及高管的选聘由公司党委会研究讨论，并由总经理办公会决策。同时，公司建立管理序列与技术序列并行的发展路径，完善研发、质量管理、信息、设备等专业领域的岗位职级、任职条件及晋升机制，推动职业发展横向与纵向通道贯通，实现职位晋升与职业技能等级认定的双通道发展。



## 培训发展影响、风险与机遇管理

公司结合发展战略及行业趋势，对标相关企业开展分析，识别培训发展中的改进方向与潜在风险。在培训需求识别阶段，通过开展培训需求调研，结合一对一访谈、部门座谈及意见征集等方式，收集业务发展及岗位成长需求，识别培训匹配度不足等风险并进行相应调整。在培训实施后，公司开展效果评估工作，对培训内容与实施效果进行复盘，识别培训成果转化中的相关问题，并对后续培训安排进行优化。

## 培训发展指标与目标

公司围绕发展战略及人才需求，建立分层分类的培训体系，开展员工专业技能、职业素养及管理能力提升相关工作；完善人才梯队建设与职业发展通道，推进核心人才培养与稳定；推动培训成果在业务开展、技能应用及管理实践中的转化。

报告期内，公司按计划完成年度培训目标，员工培训覆盖率为 100%，培训完成率为 100%，均达到既定安排。

按类别划分	单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工培训支出金额	万元	42.19	57.22	78.21
员工培训覆盖率	%	100	100	100
员工培训总次数	次	293	334	388
员工接受培训平均小时数	小时	21.18	14.58	16.52

## 员工健康与安全

### 健康安全管理体系

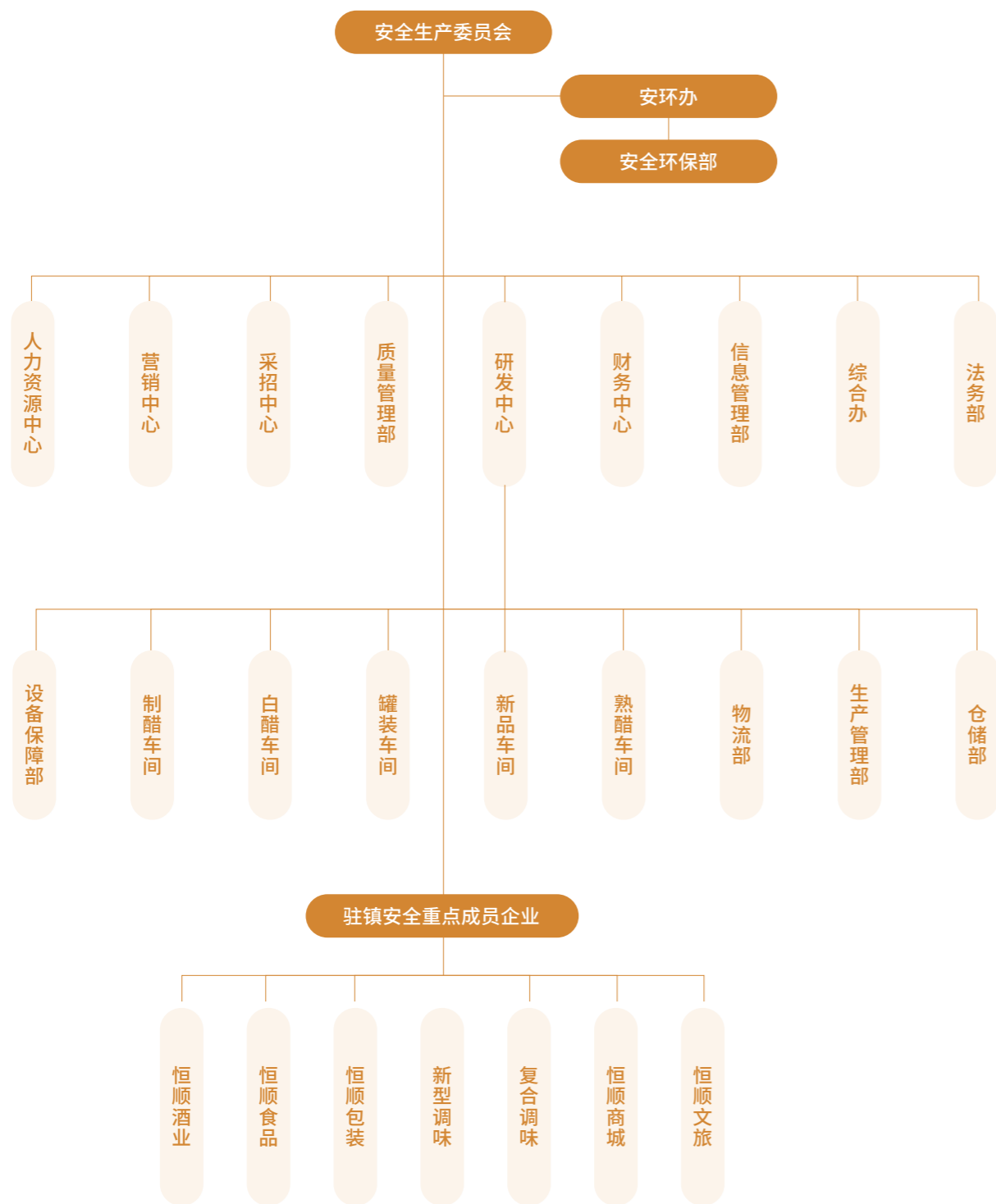
公司重视职业健康与安全生产管理工作，坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，持续完善职业健康与安全生产管理体系，构建覆盖各层级、全过程的安全管理体系，为生产经营提供制度支撑。

### 治理架构

公司设立由董事长担任主任的安全生产委员会，作为安全生产管理的决策机构，统筹安全生产、职业健康及环境保护等相关工作。安全生产委员会下设安全环保部，负责安全生产、职业健康及环境保护工作的组织实施与监督管理，并在各生产单位及职能部门配置专兼职安全管理人员，形成职责明确的管理体系。

公司建立安全生产责任制、安全生产目标管理制度、安全教育培训制度、隐患排查治理制度、职业健康管理制度、危险作业管理制度及应急管理制度等，并通过签订年度安全生产目标责任书，将相关责任分解落实至部门、车间及岗位。报告期内，公司对安全生产责任制进行细化，明确各层级人员职责。





### 运行机制

公司推进风险分级管控与隐患排查治理机制建设，围绕重点环节及关键岗位开展风险管理，通过定期安全检查、专项整治及职业健康风险监测等方式开展风险识别与管控。同时，公司建立安全生产标准化管理体系，并取得安全生产标准化二级企业认证。同时，公司推进安全管理信息化建设，建立特殊作业线上审批系统，对动火、有限空间、高处作业等实施线上审批与过程记录；同时建设智慧消防系统，通过监测与预警等方式支持消防安全管理。此外，公司持续开展安全教育培训、应急演练及相关活动，推动员工参与安全管理相关工作。

### 职业健康与安全生产管理认证

公司已建立并运行职业健康安全管理体系，并通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证（GB/T45001-2020 / ISO45001:2018），覆盖主要生产经营活动。根据认证机构监督审核结果，公司体系运行符合相关标准要求，并持续保持认证资格有效。



**【关键绩效】** 2025 年

工伤保险投入金额	覆盖率达
<b>99.43</b> 万元	<b>100%</b>

### 健康安全风险管理

公司持续完善职业健康与安全生产风险管理体系，通过风险识别、分级评估、分级管控及持续改进的闭环机制，对生产经营全过程中的安全与职业健康风险实施动态管理。

### 全流程安全与职业健康风险动态管理

风险识别

- 建立风险分级管控与隐患排查治理“双重预防机制”，围绕生产工艺、设备设施、作业活动及作业环境等关键环节开展风险辨识。

**【关键绩效】**

报告期内，公司组织各生产单位对属地作业活动、设备设施及作业环境中的危险有害因素进行辨识，共识别较大及以上风险 16 项、一般风险 133 项，并形成风险清单、风险分布图及风险管控台账，实现风险识别的系统化管理。

### 风险评估与排序

- 根据风险发生可能性及后果严重程度对风险进行分级评估，并实施差异化管控。
- 针对有限空间作业、动火作业、高处作业等高风险作业活动，公司实施重点管理措施。

#### 【关键绩效】

对 35 处有限空间作业场所实行提级管理并落实“双人双锁”制度，明确风险责任人、管控措施及巡检频次。

### 风险管控与隐患治理

- 通过日常检查、专项检查及重点时段安全检查等方式开展隐患排查治理。

#### 【关键绩效】

报告期内，公司累计开展各类安全检查 184 次，排查隐患 376 项，均建立电子台账并实施清单化管理，对重大隐患实行挂牌督办并落实整改。

### 数字化与信息化风险监测

- 推进安全管理信息化建设，建立特殊作业线上审批系统，对动火、有限空间及高处作业等危险作业实施全过程线上审批与记录。
- 建设智慧消防系统，对重点区域消防设施运行情况进行监测。

#### 【关键绩效】

报告期内，公司共审批危险作业 1072 次，均落实安全措施并实施现场监护，监护率为 100%。

### 职业健康风险管理

- 开展职业病危害因素识别与监测，对相关岗位定期进行检测与评估，并根据结果制定防护措施。
- 通过开展职业健康培训、配置防护用品及建立职业健康档案等措施，保障员工职业健康。

### 持续改进与风险研判

- 通过安全生产委员会会议及专题会议，对安全风险进行分析并对管控措施进行调整。
- 通过安全教育培训、应急演练及相关活动，提升员工风险识别与防范能力。

## 健康安全战略与举措

### 安全生产措施

恒顺醋业持续采取信息化与数字化手段开展安全管理，逐步形成以数据为支撑的安全管理方式。公司建设并应用隐患排查治理信息化管理系统，通过 OA 平台实现隐患发现、整改、复查及闭环管理的线上运行，并对隐患数据进行分类汇总与分析，为风险识别与管理提供支持。危险作业管理方面，公司建立特殊作业线上审批系统，对动火、有限空间及高处等危险作业实施线上审批与全过程记录管理，覆盖作业审批、措施确认及现场监护等环节，规范作业管理流程。消防安全管理方面，公司建设智慧消防系统，对重点区域消防设施运行状态进行监测，实现设备运行信息的集中管理与实时监控。

#### 【关键绩效】

报告期内，公司未发生较大及以上生产安全事故，未发生重大环境事件及火灾事故

### 安全文化建设

公司持续开展安全文化建设，通过制度引导、培训教育及相关活动相结合的方式，推进安全理念在生产经营中的落实。公司建立分层分类的安全教育培训机制，围绕安全法律法规、安全操作规程、职业健康管理及事故警示教育等内容开展相关培训。此外，公司通过开展消防技能比武、安全生产月活动及岗位安全操作培训等活动，组织员工参与相关实践。

#### 【关键绩效】

报告期内，公司组织开展安全教育培训 351 场次，其中公司级培训 19 场、部门（车间）级培训 332 场，覆盖安全管理人员、一线员工及相关方人员。

同时，公司围绕有限空间作业、消防安全及职业健康管理等开展专项培训，并组织开展综合及专项应急演练共 25 次。



公司安全文化培训活动



## 职业健康保护措施

公司重视员工职业健康保护，持续完善职业健康管理体系，通过制度管理与健康促进相结合的方式，开展职业健康相关工作。公司定期组织职业病危害因素识别与检测，对存在职业危害因素的岗位实施针对性防护措施，并为相关岗位员工配备符合标准的劳动防护用品，持续改善作业环境与防护条件。

公司落实职业健康监护制度，按规定组织员工开展职业健康体检，建立职业健康档案，并对员工健康状况进行跟踪。同时，公司开展职业健康宣传培训及健康知识普及活动，支持员工提升职业健康意识与防护能力。

### 【关键绩效】

报告期内，公司推进健康企业建设，通过完善职业健康管理制度、改善工作环境及开展相关活动，获得市级健康企业称号。

## 应急管理

公司建立安全应急管理体系，制定并持续完善生产安全事故综合应急预案、专项应急预案及现场处置方案，明确突发事件应急处置流程及职责分工，并配备专兼职应急处置队伍及相应应急物资装备，以支持应急响应工作的开展。

同时，公司开展应急能力相关工作，通过安全培训、应急演练及实操训练等形式，提升员工应急处置能力。

### 【关键绩效】

全年组织公司级应急演练 3 次、部门（车间）级演练 22 次，涵盖有限空间作业事故应急救援、高温中暑应急处置及综合应急等场景。



应急演练

## 健康安全指标与目标

公司建立职业健康与安全生产目标管理机制，围绕风险防控、隐患治理及安全管理提升等方面制定年度目标，并通过安全生产责任制考核、月度重点工作推进及年度绩效评价等方式，对目标执行情况进行跟踪与评估。公司贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，持续开展安全风险辨识与隐患排查治理工作，推动安全责任落实至各级管理人员及岗位。

报告期内，公司未发生较大及以上生产安全事故，未发生重大环境事件和火灾事故。

中期目标：

### 目标类别

### 具体内容

#### 安全目标

1. 较大及以上生产安全事故为零；
2. 生产安全事故死亡人数为零、重伤人数为零，工伤事故发生率不高于 3‰；
3. 事故隐患整改及时率 100%；
4. 安全生产费用依法依规提取和使用。

#### 职业健康目标

1. 无急性中毒事件；
2. 职业健康体检率达 100%、新增职业病人数为零；
3. 有毒有害作业场所危害因素检测率 100%；
4. 劳动防护用品按规定配置率 100%。

## 健康安全指标

按类别划分	单位	2023 年	2024 年	2025 年
安全生产投入	万元	806	812	799
工伤保险投入金额	万元	89.24	90.58	99.43
工伤保险覆盖率	%	100	100	100
员工体检覆盖率	%	97	97	100
获得 ISO45001 认证主体数量	个	1	1	1
工伤率	%	0.09	0.54	0.31
重大安全事故发生次数	件	0	0	0

# 05 醇链共酝 善行致远

公司始终以共融共赢之心联结产业链上下游，将 ESG 理念深度融入发展实践，以责任担当践行社会使命。在供应链领域，我们坚守伙伴发展初心，构建跨部门、多层次、数字化的供应商全生命周期管理体系，通过严格准入、动态考评、风险防控与协同创新，与供应链伙伴携手打造绿色透明、高效共生的产业生态。在社会价值层面，我们以党建为引领，视乡村、社区为发展伙伴，通过村企联建、产业合作、精准帮扶深耕乡村振兴，以特色志愿服务践行社会担当，实现与各方伙伴的同频发展、共生共荣。未来，公司将持续深化伙伴责任，以实干凝聚发展合力，让责任与温度贯穿发展全程。

## 2025 年关键绩效

2025 年，公司供应商总数为 **969** 家，本省供应商采购比例为 **78.99%**。

2025 年，公司“恒大哥、顺大嫂”志愿服务队年内开展志愿服务 **14** 场次、参与人数 **155** 人、累计志愿服务时长 **1416** 小时。

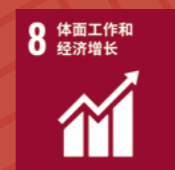
## ESG 中期目标

原料、包材、设备供应商阳光廉洁协议签订率不低于 **70%**。

原辅料、包材供应商质量保证协议签订率不低于 **70%**。

原辅料、包材供应商清洁运输管理制度签订率不低于 **70%**。

## 回应的 SDGs 可持续发展目标



## 负责任供应链

作为食品行业标杆企业，公司将负责任供应链建设视为可持续发展的核心，围绕供应商全生命周期，构建了跨部门、数字化、多层次的管理体系。通过将 ESG 理念逐步融入供应链各环节，公司以严格准入、动态绩效、完善风控及协同发展为主要举措，致力于打造绿色、透明、高效、共赢的供应链生态，在保障自身产品与食品安全的同时，驱动全链条可持续发展。

## 供应链管理体系

公司构建了多层次跨部门协同管理架构，形成了决策、执行、监督相互制衡的治理结构与覆盖供应商全生命周期的制度安排，为负责任供应链建设奠定了坚实的组织和制度基础。



公司制定了完善的供应商管理制度，通过分级分类管理、严格的准入退出机制及科学的绩效评估体系，实现对供应商的精细化、标准化管理，覆盖供应商合作全生命周期。公司对供应商存在的商业贿赂、环保事故等行为的“零容忍”处理，具有较强合规性。

公司供应链管理体系具备显著优势，制度体系健全且覆盖供应商全生命周期管理，治理结构合理实现决策、执行、监督分离，对质量、廉洁、环保等核心风险点制定了明确控制措施，同时与 ESG 理念高度契合。

### 供应商管理体系

环节

措施

#### 供应商分类

战略供应商：长期合作、质量稳定、对生产经营影响重大（如大宗原辅料、包材、物流、重要设备等）。

合格供应商：通过准入审核，纳入合格库。

不合格 / 淘汰供应商：根据绩效评估或违规行为退出。

#### 准入与退出机制

准入方式：推荐与自荐并行，需满足行业资质、合作年限、质量指标、交付能力等条件。

退出机制：

- 年度绩效评估为“2级”及以下；
- 存在不正当竞争、违约、弄虚作假；
- 发生安全、环保、质量等重大事故；
- 商业贿赂、利益冲突等行为，终身禁入。

#### 绩效评估体系

评估维度：质量、成本、研发、交付、服务（KPI 量化）。

评估方式：月度 / 年度数据汇总，定量与定性结合。

评估结果应用：决定是否保留战略资格、是否调整采购份额。

## 供应链风险识别与评估

公司高度重视供应链财务风险防控，建立了完善的应付账款管理机制，严格把控应付账款规模与资产占比。报告期末，财务状况稳定，供应链财务风险处于可控范围，为供应链的持续稳定运行提供了坚实的财务保障。

与此同时，公司也注重供应链中小企业的权益保障。公司不存在应付账款（含应付票据）余额超过 300 亿元或占总资产比重超过 50% 的情况。

## 供应商全生命周期管理

### 严格准入与审核

公司建立了供应商准入“双门槛”——资质审核与质量检测，确保源头合规。所有供应商通过公司 SRM 平台注册与招投标，实现全程公开、可追溯。准入采用现场与文件审核相结合的方式，综合评估企业资质、管理体系、生产控制、环境保护等多个维度，并实行百分制评分，得分≥60 分者被列为“有条件合格供方”。供应商需对不合格项进行整改并通过复核，方可进入《合格供方名录》。

### 动态考核与闭环管理

公司依据《供应商管理程序》等制度，对供应商实施月度 and 年度动态绩效评价，考核结果作为分级、激励与退出的核心依据。对考核不达标或存在问题的供应商，启动“整改-复核-退出”闭环管理流程，未按时完成整改的供应商将自动丧失合格供方资格，以此驱动供应链持续优化。

### 数字化驱动与阳光采购

公司以数字化为核心提升供应链韧性。2022 年上线数字化采购平台 (<http://srm.hengshun.cn:8090/>)，实现采购业务“公开、受控、可追溯”，并通过官网等渠道同步公示信息，为各类供应商提供公平参与机会。该平台在满足合规要求的基础上，促进了资源协同与互联互通，有效支持了采购环节的降本、提质、增效。

## 供应商准入评价中的 ESG 考量

在供应商准入尽职调查阶段，公司从 ESG 三个维度设置了相关审核指标，主要集中在食品安全、合规性等基础层面。公司对供应商审核内容包含“水质检测报告”“虫害管理”“食品接触材料和制品符合性声明”“内包材第三方检测报告（含食品接触材料安全指标项）”等，从源头把控供应商生产环节的环境与安全合规性。与此同时，将营业执照、生产许可证、体系认证、产品执行标准等合规性文件作为准入必备条件，同时通过产品追溯、不合格处理、客诉处理等流程的审核，评估供应商管理规范性，确保合作方具备完善的公司治理基础。

## 供应链协同发展

公司秉持“和谐、共赢”的核心价值观，高度重视与供应链合作伙伴的协同发展，通过交流互访、专业培训、联合研发、技术创新等多种方式，深化与供应商的合作关系，推动产业链上下游协同提升、共同发展。

### 常态化交流互访

公司与原辅料、包材、设备等领域的重点供应商建立了不定期交流互访机制，通过面对面的沟通交流，及时了解供应商生产经营情况、产品质量把控要点，同时向供应商传递公司发展战略、采购需求与质量标准，实现供需双方的信息对称，为深度合作奠定基础。



### 专业化供应商培训

为保障供应链合作的顺畅性，公司注重对供应商的专业培训。公司采购部门针对采招平台操作流程为供应商开展了一对一专项培训，培训内容涵盖注册账号、上传文件、查询订单等实操环节，帮助供应商快速熟悉平台操作，提升招投标与合作对接效率。

### 联合研发与技术创新

公司与供应商开展深度的技术合作与联合研发，共同推动产品包装与材料的升级优化。在产品包装方面，双方联合开展 10ml 包装材料的升级优化工作，提升包装的实用性与安全性；在技术创新方面，携手完成轻量化玻璃瓶的切换，既降低了产品包装成本，又践行了绿色低碳的发展理念，实现了经济效益与环境效益的双赢。



## 行业共进

### 产学研交流与合作

2025 年，公司牵头进行《镇江香醋 GB/T 18623》《食醋质量通则 GB/T 18187》等 2 项国标、《香醋酿制工艺规范 SB/T 10306》等 3 项行标的制修订。在行业标准制定方面发挥了重要作用，引领行业规范发展。同时，积极参与同业技术交流与合作，通过参加行业大会等活动，分享经验、交流技术，促进行业共同进步。

2025 年，公司与上海交通大学医学院附属瑞金医院达成战略合作，共同深挖食醋的营养与药用价值，布局大健康产品。公司充分发挥高校基础研究和应用研究的优势，促进产学研深度融合，推动行业技术创新和人才培养，为行业发展注入新动力。

### 行业交流与发展

公司注重行业间的交流与合作，以助力行业发展、提升公司的行业影响力。2025 年 12 月，公司承办了“2025 年中国酒业协会黄酒分会技术委员会年会暨技术委员会换届会议”。此次会议汇聚了黄酒领域的顶尖专家、酿酒大师及企业代表近百人，旨在推动黄酒产业的技术进步与标准建设。

## 乡村振兴与社会贡献

作为国有食品企业，公司始终牢记国企责任与社会担当，将企业发展与社会贡献深度融合，一方面打造特色志愿服务品牌，积极开展社会志愿服务与市场服务活动，践行社会责任；另一方面以党建为引领，深入贯彻乡村振兴战略，通过村企共建、产业合作、消费帮扶等多种方式，助力乡村产业发展、农民增收致富，以实际行动推动共同富裕，彰显企业社会价值。

### 乡村振兴

公司党委坚持以党建为引领，全面履行国有企业乡村振兴责任，以精准对接为切入点，以互联共赢为着力点，通过搭建村企共建联建平台，支持乡村发展特色主导产业，围绕“党建引领产业协作，助力乡村经济振兴”工作思路，高质量推进乡村振兴与富民强村工作，取得了显著成效。

#### 【案例】巩固村企联建成果，打造特色种植产业基地

公司持续巩固“万企联万村、共走振兴路”工作成果，与指南村、东皇等 7 个村确定村企联建项目，签订党建、产业联建协议，依托企业产业优势，与联建村共建糯稻种植基地 1.5 万亩。该基地年产稻谷 9000 吨，公司收购金额达 2700 余万元，通过建设标准化、规模化的种植基地，既保障了公司生产所需原辅料的质量与供应，又带动了联建村农业产业发展，实现了村企双赢。



### 【案例】深化镇企合作，推动富民强村行动落地

公司通过“镇企联建”模式，与扬中西来桥镇相关村开展深度合作，组建党员先锋队，推动“富民强村”共建工作。一方面，借助公司品牌与渠道优势，开展“礼赞丰收、富民强村”等主题活动，为特色农产品搭建推广平台；另一方面，与北胜村党委协同推进咸秧草代工、柳编代售等项目，并完成血糯米直播带货、舞狮活动直播等重点任务，有效盘活乡村资源，助力产业品牌化发展。2025年，公司采购咸秧草180箱，金额达7万元，较2023年增长42.97%，切实带动了农民增收。



同时，双方在田间地头联合开展创意党建活动，举办“礼赞丰收 富民强村”主题直播，通过“恒顺味道”抖音、小程序及线下门店等多渠道推广农产品。公司还发挥研发技术优势，为乡村农产品开发深加工产品，推动产业向精细化、高附加值方向升级，持续深化优势互补、合作共赢的村企联建格局。

### 【案例】开展精准消费帮扶，助力薄弱村发展

深化党建引领赋能乡村振兴，创新探索党建工作与乡村产业振兴深度融合路径，以精准帮扶助力薄弱村发展，扎实推动巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。2025年度聚焦丹阳、句容、扬中等地薄弱村开展定向帮扶，分批次采购帮扶地区农产品落实消费帮扶举措，全年累计完成4批次消费帮扶，合计金额55.5万元，其中春节期间采购扶贫水果31.4万元，夏季采购西来桥镇梨9.96万元，向丹阳河北村采购帮扶大米3.59万元，秋季采购句容扶贫葡萄10.55万元。



## 社会贡献

2025年，公司持续深化“恒大哥、顺大嫂”志愿服务品牌建设，以“思想合力、创新活力、内生动力、文化引力”的“四力驱动”为核心，将志愿服务品牌建设助力企业生产经营、解决职工实际难题、服务社会民生紧密结合，实现志愿服务与企业发展、社会需求的同频共振。

公司组建恒顺“蓝马甲”志愿服务队常态化开展社会志愿服务，2025年累计开展志愿服务14场次，参与志愿服务人数达155人，累计志愿服务时长1416小时。志愿者队伍深入社会基层，围绕民生需求开展各类志愿服务活动，以实际行动践行企业社会责任，传递企业温暖，树立了良好的企业社会形象。

### 【案例】以爱入味 恒顺相伴 母亲节主题活动

公司志愿服务队走进京口区正东路街道日间照料中心，举办“以爱入味 恒顺相伴”母亲节主题活动。200余位社区母亲收到恒顺年份香醋、调味礼盒等暖心礼物，并参与趣味抽奖、醋饮试吃等互动。



恒顺制醋车间党支部的“恒大哥”张庆龙精心为社区居民开设了“教你健康吃好醋”小课堂，从香醋的酿造工艺到其在促进消化、软化血管等方面的独特功效，深入浅出地为居民讲解了恒顺香醋所蕴含的丰富益处和多样化应用技巧，进一步拓宽了居民生活知识面，提升其对健康饮食的认知水平。



## 关键绩效

指标类别	指标名称	指标单位	2023 年	2024 年	2025 年
可持续发展治理	ESG 主题培训次数	次	--	1	1
	ESG 主题培训参与人次	人	--	4	4
公司治理	董事会召开次数	次	12	8	6
	审议董事会议案数量	项	39	61	40
	董事参会比例	%	100	100	100
	召开股东大会、临时股东大会次数	次	3	4	2
	审计委员会会议次数	次	9	7	6
	薪酬委员会会议次数	次	4	5	3
	提名委员会会议次数	次	2	2	1
	董事会成员的人数	人	9	9	9
	独立董事人数	人	3	3	3
	独立董事比例	%	33.3	33.3	33.3
	审计委员会独董占比	%	60	60	60
	提名委员会独董占比	%	60	60	60
	薪酬与考核委员会独董占比	%	60	60	60
	女性董事占比	%	22.2	11.1	11.1
女性高管占比	%	22.2	14.3	14.3	
投资者保护	对外发布公告数量	份	137	160	106
商业行为	商业贿赂及贪污事件发生次数	次	0	0	0

指标类别	指标名称	指标单位	2023 年	2024 年	2025 年
商业行为	反商业贿赂及反贪污培训场次	次	42	43	46
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事总数	人	3	4	4
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比	%	33.33	44.44	44.44
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员总数	人	106	110	94
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层人员百分比	%	100	100	100
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工总数	人	452	465	534
	反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工百分比	%	21.9	23.0	28.5
	因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0	0	0
环境管理体系	环保总投入	万元	751.66	783.55	723
	环境行政处罚金额	万元	0	0	0
污染物排放	因污染物排放受到的行政处罚金额	万元	0	0	0
	工业废水总量	立方米	423431	445081	452842
	废水排放总量	吨	423431	445081	452842
	化学需氧量 (COD) 排放量	吨	18.311	27.771	22.84
	生化需氧量 (BOD) 排放量	吨	5.045	4.112	9.34
	氨氮 (NH3-N) 排放量	吨	0.3408	0.857	0.2747
	总氮 (TN) 排放量	吨	0.531	0.46	2.567
	总磷 (TP) 排放量	吨	0	0.047	1.47

指标类别	指标名称	指标单位	2023 年	2024 年	2025 年
污染物排放	废气排放总量	立方米	156080085	148478078	240733979
	氮氧化物 (NOx) 排放量	吨	4.3988	2.2492	0.326
	硫氧化物 (SOx) 排放量	吨	0	0	0.031
	挥发性有机化合物 (VOC) 排放量	吨	0.0003	0.0049	0.00016
	颗粒物 (PM) 排放量	吨	0.272	0.442	0.1478
废弃物处理	废弃物产生总量	吨	84596.949	86692.755	93112.08
	无害废弃物产生总量	吨	84582	86685	93105
	有害废弃物产生总量	吨	14.9488	7.7547	7.0799
水资源管理	取水总量	吨	837817	856901	769382
	总耗水量	吨	414386	411820	316540
	每百万营收耗水量	吨 / 万元	201.61	190.13	146.85
	水循环与再利用总量	吨	377187	403818	252539
	水循环与再利用率	%	45.02	47.13	32.82
能源管理	综合能源消耗总量	吨标煤	7727.65	7777.79	8340.77
	每百万营收综合能耗强度	吨标煤 / 百万元	3.76	3.59	3.87
	直接能源消耗量	吨标煤	5960.7	5959.23	977.15
	间接能源消耗量	吨标煤	1766.95	1818.56	7363.62
	电力消耗量	吨标煤	1766.95	1818.56	2070.01
	外购蒸汽消耗量	吨标煤	--	--	5293.61
	清洁能源消耗总量	吨标煤	6234.97	6381.12	6692.73
	能源总消耗中清洁能源占比	%	80.68	82.04	80.24
	天然气消耗量	吨标煤	5960.7	5959.23	977.15
	太阳能消耗量	吨标煤	274.27	421.89	421.97
	清洁能源中天然气占比	%	95.6	93.39	14.6
	清洁能源中太阳能占比	%	4.4	6.61	6.3

指标类别	指标名称	指标单位	2023 年	2024 年	2025 年
应对气候变化	温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	--	--	26001.23
	每百万元营收温室气体排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万元	--	--	12.06
	范围 1 温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	--	--	1740.18
	范围 2 温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	--	--	24261.05
产品质量与客户 服务	产品和服务相关的安全与质量重大责任事故涉及金额	万元	0	0	0
	产品合格率	%	100	100	100
	客户投诉数量	次	--	--	24
	报告期内发生的数据安全事件与泄露客户隐私事件涉及金额	万元	0	0	0
创新驱动	研发投入金额	万元	8047.68	8973.03	9392.25
	研发人员人数	人	149	151	152
	研发员工比例	%	7.21	7.48	8.11
	研发投入占营业收入比例	%	3.89	4.09	4.11
	高新技术企业认证	个	1	1	1
	专精特新中小企业认定	个	2	2	1
	已授权专利数	项	208	232	245
	应用于主营业务的发明专利数量	项	58	67	70
	报告期内发明专利的申请数	项	14	26	8
	报告期内发明专利的授权数	项	14	6	3
	软件著作权数量	项	1	0	0

指标类别	指标名称	指标单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工雇佣	员工总数	人	2067	2020	1875
	男性员工数量	人	1253	1232	1144
	女性员工数量	人	814	788	731
	30 岁以下员工数量	人	233	166	214
	30 ~ 50 岁员工数量	人	1421	1434	1334
	50 岁以上员工数量	人	413	420	327
	大专及以下员工数量	人	1595	1525	1362
	本科员工数量	人	422	444	459
	硕士员工数量	人	50	51	53
	博士员工数量	人	0	0	1
	高级管理层数量	人	20	18	15
	中级管理层数量	人	86	92	79
	基层员工数量	人	1961	1910	1781
	少数民族员工数量	人	19	15	14
	劳务派遣员工占比	%	0	0	0
	新雇佣员工数量	人	104	119	138
	员工流失率	%	4.18	2.74	3.08
	员工流失人数	人	89	56	60
	劳工纠纷数量	项	0	0	0
	员工薪酬与福利	员工总薪资支出	万元	33,403.50	36,678.77
员工人均薪酬		万元	16.16	18.16	17.18
劳动合同签订率		%	100	100	100
缴纳社保员工占比		%	100	100	100

指标类别	指标名称	指标单位	2023 年	2024 年	2025 年
员工薪酬与福利	当年休育儿假的员工总数	人	25	34	51
	育儿假结束后在报告期内返岗员工总数	人	23	28	49
员工培训与发展	员工培训支出金额	万元	42.19	57.22	78.21
	员工培训覆盖率	%	100	100	100
	员工培训总次数	次	293	334	388
	员工接受培训平均小时数	小时	21.18	14.58	16.52
	员工满意度	%	88.36	91.47	89.32
职业健康与安全 生产	安全教育培训场次	次	369	371	351
	安全教育培训人次	人次	--	3271	4257
	安全教育培训覆盖率	%	100	100	100
	安全生产投入	万元	806	812	799
	工伤保险投入金额	万元	89.24	90.58	99.43
	工伤保险覆盖率	%	100	100	100
	员工体检覆盖率	%	97	97	100
	获得 ISO45001 认证主体数量	个	1	1	1
	工伤率	%	0.09	0.54	0.31
	重大安全事故发生次数	件	0	0	0
供应链管理	供应商总数	家	342	413	969
	本省供应商采购比例	%	65.27	65.45	78.99
	原料、包材、设备供应商阳光廉洁协议签订率	%	--	--	52.94
社会贡献	志愿活动时长	小时	1478	1452	1416
	志愿活动参与人次	人	85	109	155
	公益慈善投入总金额	万元	126	60	0
乡村振兴	乡村振兴投入金额	万元	30	20.64	55.5
	乡村振兴惠及人数	人	150	230	260

## 附录

### 指标索引

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

维度	序号	议题	对应条款	所在章节
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	2 循酵自然绿酿未来
	2	污染物排放	第三十条	2 循酵自然绿酿未来
	3	废弃物处理	第三十一条	2 循酵自然绿酿未来
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	2 循酵自然绿酿未来
	5	环境合规管理	第三十三条	2 循酵自然绿酿未来
	6	能源利用	第三十五条	2 循酵自然绿酿未来
	7	水资源利用	第三十六条	2 循酵自然绿酿未来
	8	循环经济	第三十七条	2 循酵自然绿酿未来
社会	9	乡村振兴	第三十九条	5 酿链共酝 善行致远
	10	社会贡献	第四十条	5 酿链共酝 善行致远
	11	创新驱动	第四十二条	5 酿链共酝 善行致远
	12	科技伦理	第四十三条	不涉及
	13	供应链安全	第四十五条	5 酿链共酝 善行致远
	14	平等对待中小企业	第四十六条	5 酿链共酝 善行致远
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	3 醇品至臻 醋进健康
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	3 醇品至臻 醋进健康
	17	员工	第五十条	4 酝才成匠 共享醇芳
可持续发展相关治理	18	尽职调查	第五十二条	可持续发展管理
	19	利益相关方沟通	第五十三条	可持续发展管理
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	1 匠心酝治 稳健发展
	21	反不正当竞争	第五十六条	1 匠心酝治 稳健发展

### 意见反馈

亲爱的读者：

您好！非常感谢您百忙之中阅读《江苏恒顺醋业股份有限公司 2025 年度环境、社会和公司治理报告》！为了持续改进报告管理工作，我们特别希望倾听您的意见和建议，恳请您协助完成意见反馈表中的相关问题，并反馈给我们：

**您的信息：**

姓名： \_\_\_\_\_ 联系电话： \_\_\_\_\_ 工作单位： \_\_\_\_\_  
 传真号码： \_\_\_\_\_ 职位： \_\_\_\_\_ 邮箱地址： \_\_\_\_\_

**意见反馈表**

选择性问题的：(请在相应的位置打“√”)

请您评价本报告反映恒顺醋业对经济、社会、环境的重大影响程度：

很好      较好      一般      较差      很差

请您评价本报告对利益相关方关心的问题进行的回应和披露：

很好      较好      一般      较差      很差

请您评价本报告披露信息、指标、数据的清晰度、准确性、完整性：

很好      较好      一般      较差      很差

请您评价本报告的可读性：

很好      较好      一般      较差      很差

**开放性问题：**

您对恒顺醋业 ESG 工作有哪些建议？

您认为本报告为您提供了哪些有价值的 ESG 信息？

您认为报告还需要增加披露哪些 ESG 信息？