

# 安琪酵母股份有限公司 2022年度社会责任报告

---

2023年3月31日

## • 关于本报告

- 时间范围：2022年1月1日至2022年12月31日，部分内容包含以前年度的社会责任信息
- 发布时间：本报告为年度报告，每年和公司年报一起发布
- 组织范围：以安琪酵母股份有限公司为主体，包括所有下属公司
- 数据说明：本报告所引用的数据，均来自公司公开文件
- 可靠性保证：公司保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担相应责任

- 目 录

- 第一章 关于安琪

- 第二章 主体责任

- 第三章 未来展望

- 安琪酵母股份有限公司（以下简称“公司”或“安琪”）2022年度社会责任报告是依据《公司法》《证券法》等相关法律法规，结合公司在履行社会责任方面的具体情况而编制的。

- 本报告总结和反映了2022年度公司在做好生产经营的同时，对促进经济可持续发展、环境保护和社会公益等利益相关方所履行社会责任的实践情况。

## • 第一章 关于安琪

- 安琪酵母股份有限公司创立于1986年，总部位于湖北宜昌，前身为原国家计委批准设立的宜昌食用酵母基地，2000年在上海证券交易所上市。
- 经过多年稳健发展，业务规模不断扩大，酵母及深加工产品已被广泛应用于烘焙与发酵面食、食品调味、酿造及生物能源、人类营养健康、动物、植物、微生物营养等领域。



- 安琪在全球13个城市拥有酵母及深加工产品生产基地（包括11个国内城市和2个海外城市），酵母类产品总产能35万吨，在国内市场占比55%，在全球占比超过15%，酵母系列产品规模已居全球第二。
- 在发展历程中，安琪始终坚持“发展生物科技，创新健康生活”的企业使命，依靠科技进步和自主创新着力打造企业的核心竞争力和可持续发展能力，在为全球160多个国家和地区提供优质、可靠的产品同时，始终保持与股东、合作伙伴、投资者等各方利益相关者良好的信任关系，追求企业与员工、社会、自然的和谐发展，以实际行动回报股东，回报社会，努力践行社会责任。

## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪始终秉承“发展生物科技，创新健康生活”的企业使命，以“天然、营养、健康、美味”为产品研发理念，持续加强产品质量和品质，源源不断地为市场客户提供高于行业标准的合格产品，为全球消费者提供优质酵母及食品原料产品及服务。
- 安琪坚持“追求卓越，勇于创新，永不满足”的企业精神，立足酵母同心多元化，聚焦酵母、健康食品配料、营养保健食品、生物新技术、新型健康包材五个产业，不断提高技术研发水平，加快建设全球化营销体系，进一步在酵母行业争先进位，努力缩小各项业务与标杆对手的差距，奋力实现在新的生物技术领域的突破，为全球消费者提供高品质的酵母、酵母抽提物、酵母源生物饲料、营养保健品、食品原料及各类衍生品。
- 现已成为全球最大的酵母抽提物和第二大酵母供应商，全球酵母市占率超过15%。
- 2022年，安琪生产系统满负荷运行。全年发酵总产量达到32.75万吨，同比增长3.75%，其中抽提物产量11.64万吨。海外工厂产能全面释放。

## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国食品企业出海的杰出代表。得益于公司长期贯彻的战略目标及优势性产品干酵母在海外的差异化优势，精准定位海外亚、非、中东等新兴市场，逐步实现国际化品牌布局。
- 安琪坚持走国际化道路，坚定推进海外销售子公司建设和营销人员本土化，抢抓海外市场恢复快、制造成本上升的机遇，大力开发新的经销商和大用户。
- 2022年，公司持续改进海外业务创新思路，充分利用本土化资源，全业务开发海外客户，
- “四位一体”提升海外品牌，协调海外工厂生产保供，实现了新菌种酵母、食品原料、YE等重点产品上销量。
- 2022年，安琪国际市场增长迅速，主营业务收入达到39.23亿元，同比增加39.02%，产品出口全球160多个国家和地区。

## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国马德里商标国际注册十强企业，拥有“安琪”“福邦”两件中国驰名商标。“安琪”品牌是“中国名牌”，已成为具有较高知名度、广泛影响力的国际品牌，“安琪纽特”连续五届入选“中国保健品十大公信力品牌”。
- 安琪在北京、上海、广州、成都、武汉、开罗、利佩茨克等城市建立了12个应用技术服务中心，为用户开展培训和服务。安琪集聚了全球最先进的烘焙技术和应用能力，与焙考林、Sonneveld等众多国际知名品牌合作，聘请了多位国际专家为技术顾问；安琪烘焙与中华面食技术中心拥有100多位专业面包师和面点师，他们深谙行业的需求和动向，长期贴近海内外客户，与用户的深度融合，更有针对性、实战性地开展专业化应用技术服务。



## • 第二章 主体责任

### 一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 安琪是中国酵母品牌的代名词，坚持打造自主品牌，采取“以安琪品牌为主导、多个子品牌支撑”的旗舰式品牌战略，打造安琪品牌集群。
- 安琪品牌以发展生物科技，创新健康生活为愿景，着力迈向国际知名食品品牌阵营，以国际展会、数字媒体网络、行业营销活动、本地化推广为抓手，塑造了海外食品流通渠道及食品工业用户中的大品牌地位和专业形象。
- 官方网站、社交媒体、邮件营销等私域数字平台是安琪品牌建设的重要自营阵地，访问流量已逐渐成为公司极其重要的品牌资产。2022年，公司明确私域数字平台的建设策略：以官网为核心流量池，通过优化搜索引擎、打造社交媒体网络、加强邮件营销向官网引流。
- 2022年，“安琪”品牌价值195.02亿元，比上年度增加了48.4亿元，位居中国品牌价值评价榜食品加工制造类第一位。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 2022年11月2日，2022西普金奖颁奖盛典在海南博鳌开幕，年度健康产业品牌榜公布，安琪纽特第五次荣登西普金奖（保健品品牌类）。
- 象征“责任与担当”产业精神的西普金奖，不仅是产业对领航品牌价值的认可，更是品牌对社会的承诺。
- 聆听生命的声音，敬畏生命的力量，提高生命的质量，安琪纽特在努力提高全民身体健康的同时，也在提升消费者生活和生命的品质，做健康生活的创新者。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 2022年11月10日，安琪获美通社2022“新传播奖年度大奖——ESG传播奖”。
- 安琪一直以来通过多元化渠道向社会与消费者传递公司“发展生物科技，创新健康生活”的使命，积极分享公司在环境、社会及内部管理方面的具体实践及主要成果。
- 该奖项充分肯定了安琪酵母在环保、社会责任及公司治理方面取得的显著传播效果，为今后公司传播工作的发展以及企业社会责任的积极履行注入了新的动力。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 2022年12月20日，以“农服 重构 未来”为主题的NGIC·2022农财全球创新大会在线上举办。会上，2022农财全球创新榜单正式发布，安琪酵母荣获“2022年度创新企业”“2022年度创新产品”“2022年度品牌创意作品”三大奖项。
- 2022年，面对复杂的市场环境，安琪福邦人不断在现代农服领域里稳步前行，用高标准要求自己，不断在创新、探索中迎接挑战，和行业一起成长，为用户提供优质的现代农业服务而不懈努力，全年累计开展线下推广1100多场，辐射人数9万人次。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 创新品牌传播，提升品牌形象，扩大品牌影响力。
- 开展“春雷行动”，充分利用各类媒体、专家背书，正面宣传酵母代谢物，以市场为据点建立示范田和形象店，打造样板市场，积极抢占春肥市场。
- 在全国范围内围绕核心乡镇累计开展推广会666场，参会人数累计超过16000人，线上各媒体平台曝光量近1000万次。
- 通过高频次的线上线下联合推广与造势，向大众展示了酵母的施肥效用和环保价值，不断提升了酵母代谢物市场价值。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 全年承办或举办了新型有机氮源会等行业会议13次，参加国内外各类展会275场次，在6个高铁站及三峡机场投放品牌广告，策划实施了“万名福粉游安琪”等大型活动。
- 2022年7月26日，安琪组织来自全国各地的福邦品牌粉丝游安琪，300位粉丝在活动中深入了解安琪发展历程，近距离接触酵母在各个领域的作用，见证安琪产品从研发到智能制造的品质细节。



## • 第二章 主体责任

一、致力打造全球有影响力的酵母品牌，为消费者提供优质的产品和服务。

- 2022第五届中国水产高值饲料发展研讨会暨第二届农牧企业高峰论坛”在苏州举办，大会聚焦水产饲料行业前沿技术，安琪水产营养事业部应邀参会，交流了《酵母类产品在水产饲料中的增效方案》，重点介绍了公司邦利乐pro、邦利乐XP、邦利见以及食品酵母粉等产品的应用。
- 同期，鲲鹏论坛·2022中国水产饲料产业年度榜”正式发布。安琪荣获“2022中国水产饲料行业社会责任奖”，进一步提升了安琪在水产行业的知名度和品牌影响力。



## • 第二章 主体责任

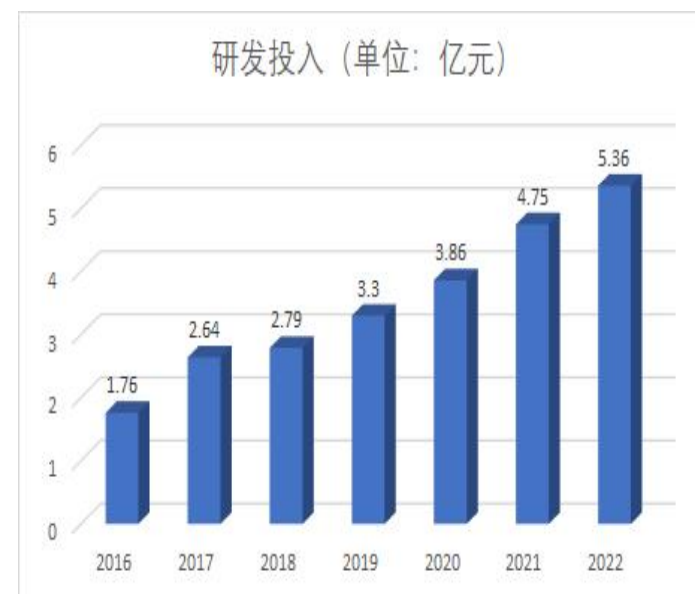
### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 安琪是国家级高新技术企业、国家技术创新示范企业，拥有国家级企业技术中心、博士后科研工作站，酵母与菌种资源技术中心、烘焙与健康食品技术中心、蛋白质营养与调味技术中心、生物农业技术中心、工业微生物与酿造技术中心、生物催化与酶技术中心、环保技术中心、营养健康研发中心等。
- 安琪坚持依靠科技进步，整合全球资源，主导或参与制定了酵母及酵母衍生品的全部国家标准及行业标准，两次荣获国家科技进步奖，十次荣获省部级科技进步一等奖，荣获全国质量标杆奖、第三届中国质量奖提名奖、湖北省第三届长江质量奖。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 2022年，研发科技成果不断涌现。“酵母深加工产品产业化关键技术与应用”项目成果经鉴定达国际领先水平。
- 两个联合申报项目《功能食品研究与开发》《基于复杂系统理论的智能生物制造与发酵优化调控系统》获国家重点研发计划专项支持。
- 酵母蛋白新食品原料申报及行业标准已通过专家评审。
- 2022年，安琪研发总投入达5.36亿元，同比增加12.84%。





## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 安琪连续20年冠名全国面包技能比赛。
- 2022年1月，2021年全国行业职业技能竞赛——第二十二届全国焙烤职业技能竞赛全国总决赛在上海贸易学校举行。全国焙烤职业技能竞赛是国内焙烤食品行业唯一的国家级职业技能赛事，本届竞赛共设“安琪酵母杯”全国面包技能比赛、“维益杯”全国装饰蛋糕技能比赛和“顺南食品杯”全国月饼技能比赛三个项目。通过全国16个分赛区的遴选，共有71位选手参加了全国总决赛。
- 公司持续助力烘焙技术进步与产业发展，连续20年冠名全国面包技能比赛，为焙烤行业职业技能竞赛发展作出了卓越贡献，被授予“全国焙烤职业技能竞赛突出贡献奖”。安琪酵母、百钻A800面包改良剂分别荣获比赛酵母和添加剂类“唯一指定产品”称号，得到行业的一致认可。



## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 自2004年起，安琪已同晋南当地政府合作举办了18届面点技能比武，为面点从业者提供平台，通过现场学习提升面点技能水平。在活动的推动下，现已有万余名从业人员在全国20多个省的60多个城市制作、销售和推广晋南无碱小馒头，增加收入超4亿元，成为当地增收致富的支柱产业。面点比武及同期开展的文艺汇演、猜灯谜等活动更是成为了备受当地人民欢迎的新年俗。



- 安琪将持续依托中国粮油学会发酵面食分会“面点师之乡”活动平台，通过开展安琪酵母及食品原料科普宣传、举办面点技能大赛、加强县乡农民职业技能培训，进一步提升安琪品牌行业影响力，促进中式发酵面食产业和地方面点特色经济的发展，助力乡村振兴。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

- 以市场为中心，助力食品原料发展。
- 2022上半年，烘焙技术中心联合烘焙面食等部门利用行业平台，开展整体新产品及解决方案宣传，将安琪产品和业务优势快速传递给消费者和用户，有效地推进了新产品、新技术和新花色宣传推广工作。
- 烘焙技术中心集中精力，优化调整10余款无铝泡打粉配方，优化后的产品具有很强的市场竞争力。
- 2022年，百钻面包风味液、百钻柔润蛋糕预拌粉、百钻红丝绒蛋糕预拌粉等新产品陆续上市，烘焙技术中心协同销售部门，积极开展新产品推广，助力食品原料业务发展，针对新产品持续开发了46款花色品类，并完成了5个应用技术解决方案。



## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康

- 抢抓“新赛道”，为预制菜客户提供精准快速方案。
- 由国家农产品加工产业科技创新联盟预制菜专业委员会、食品伙伴网主办的“第四届中式菜肴工业化加工技术论坛”在线上举行。安琪YE食品调味事业部作为专委会副理事长单位，带来了主题为《预制菜中的调味分析及健康美味提升方案》的交流分享，获得线上观众的重点关注。



- 2022年，公司抢抓预制菜行业风口时机，加快应用技术与推广，成立专班小组重点攻克YE解决预制菜风味“缺”与“补”的问题。通过市场调研了解客户需求，着重打造了红烧汁、黄焖汁、扣肉汁、糖醋汁等“一汁成菜”的解决方案，协助客户快速开发预制菜成品，率先占领用户心智。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康

- YE技术创新，助力中国食品减盐行动。
- 中国营养学会主办，安琪承办了2022年《中国食品工业减盐指南》实践研讨会，研讨会推动实现《“健康中国2030”规划纲要》《国民营养计划（2017-2030年）》提出的“2030年全国人均每日食盐摄入量降低20%”的目标，促进《中国食品工业减盐指南》阶段性目标落地。



- 食品工业的积极行动是减盐行动成功的关键，而降低食盐用量的同时保证食品风味，则是减盐最核心、最关键的技术。安琪拥有酵母菌种选育、高效发酵、复合酶解、减盐增味等产业化创新技术，可有效降低约20%的食盐用量，为食品领域提供了成熟有效的减盐增味方案。

## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康

- 酵母蛋白，替代蛋白新选择。
- 2022年6月22-23日，由中国食品科学技术学会主办的2022年国际食品安全与健康大会在“云端”召开，安琪受邀参加。股份公司总工程师、首席质量官覃先武参会，以“酵母蛋白——大食物观下替代蛋白新机遇”为题在大会上发言。
- 安琪开展的高蛋白酵母菌种选育研究，有助于实现高纯度酵母蛋白的批量生产，并应用于调味品、肉制品、植物性肉类、乳饮料和营养食品等领域。
- 酵母蛋白将成为未来应对地球食物短缺的主要手段，为人类提供了一种具有资源消耗低、环境可持续以及综合营养价值高的替代蛋白解决方案，为未来多个食品领域的创新提供了原动力。



## • 第二章 主体责任

### 二、做健康生活的创新者，推动食品安全与营养健康。

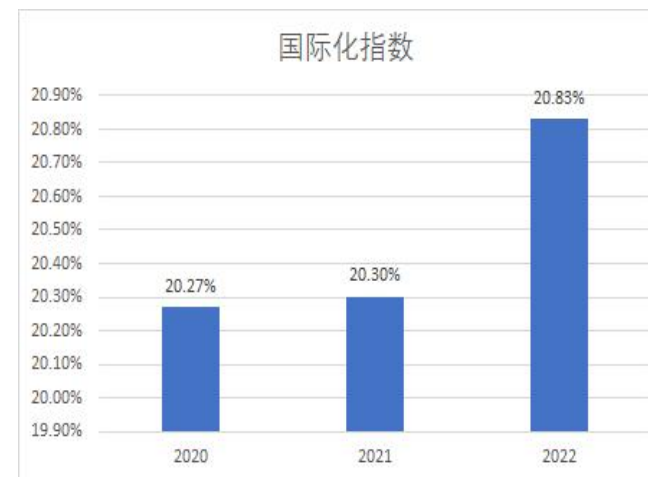
- 亮相第二十五届FIC，展示创新成果。
- 2022年8月16日-18日，安琪参加了第二十五届中国国际食品添加剂和配料展览会暨第三十一届全国食品添加剂生产应用技术展示会。
- YE食品调味事业部主打“肽鲜·核心鲜味料”和“优质酵母蛋白”等创新产品及升级方案。展台采用多功能吧台场景设计，拉近了产品与用户的距离。用户可以通过多功能吧台品尝使用了YE调味产品的肉制品，感受酵母抽提物“去腥增味”的产品特点。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 深度开发国际市场，加快打造全球化营销体系。
- 安琪已设立了国际业务中心，成立了6个海外事业部，截至2022年底，海外经销商数量4794家，海外员工1481人。
- 营销平台建设持续推进，坚定推进海外子公司建设和营销人员本土化。市场人员克服困难深入一线，推进渠道下沉和二次开发。
- 国际业务统筹谋划全业务增长，坚决推进全业务涨价，不断优化渠道结构和经销商设置，稳定新增各业务领域专业经销商。





## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 借助展会渠道，积极拓展市场开发。
- 2022年，海外线下展会活动持续开展。安琪将国际展会视为展示实力、塑造形象、拓展客户最优质的平台，快速反应，积极组织高质量参展。
- 强策划、重营销，销售经理、产品经理、研发人员、品牌策划人员共同组建展会项目小组，紧密协同参与展会项目策划，做到有的放矢。
- 提升参展规格，对标竞品的展会投入，科学选择参展面积和位置，甄选优质国际展台设计公司提高展台形象，增强客户信心和拜访意愿。
- 重视展会配套宣传，积极投放展会广告，冠名、赞助展会同期行业活动，邀约媒体采访报道，进一步扩大参展传播范围。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 借助展会渠道，积极拓展市场开发。
- 安琪海外事业部积极行动，多措并举，充分利用展会“走出去”扩订单、拓市场、保份额”，参加了欧洲食品配料展FIE、非洲食品展FoodAfrica、孟加拉BAPA Food Pro食品展等众多国际展会，推广公司酵母制品，提升公司国际化品牌和企业形象。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 壮大海外传播阵地，丰富传播内容。
- 2022年新增17家国际行业媒体，合作媒体数达65家，全年开展新闻、访谈、软文、广告等推广项目135个，行业总曝光量超过400万。通过美通社发布新闻稿件12篇，新闻转载媒体体量7111个，年度新闻稿阅读量超过56万。
- 新增19个国际官方社交媒体账号，合计运营账号47个，总发帖数2851，增粉6.7万人，总粉丝数达11.7万人，并引入社媒监测平台，强化竞品对标。
- 与菲律宾、印尼、印度、缅甸、新西兰、巴西、墨西哥专业网红合作，制作视频、开展直播活动超过30次，总观看量突破50万，有效种草垂直用户。
- 打造了相对完整的内容结构，围绕产品解决方案、企业活动与发展、行业热点话题、社会责任、雇主品牌建设，开展技术软文、新闻、采访、广告等媒体传播活动，全面展示品牌形象，提升品牌领导力和品牌温度，持续提升ESG等级。创作各业务短视频20条，业务宣传片1条。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 强化知识产权保护，为创新发展“护航”。
- 公司自成立以来，一直高度重视知识产权工作。作为湖北省内较早通过知识产权管理体系认证的企业之一，通过建立知识产权管理体系，完善知识产权管理制度、强化员工知识产权保护意识、培养知识产权专业人才等一系列措施，使公司在知识产权创造、运用、管理、保护等方面综合水平显著提升，促进了知识产权的创新、保护和应用。
- 中知（北京）认证有限公司知识产权监督审核小组对公司的知识产权管理体系进行了监督审核。此次审核旨在评价公司知识产权管理体系的持续符合性和有效性。审核组经过审核，充分肯定了公司在体系运行管理中所做的工作和努力，认为公司知识产权管理体系运行符合标准要求，最终推荐继续保持体系证书的有效性。
- 公司荣获2022年湖北省知识产权优势企业。知识产权管理体系的有效运行，将成为公司构建和维护技术创新平台的基础，可以促进知识产权管理平台更好地服务于技术创新，体现知识产权资产的价值，为技术研发、成果转化注入强劲动力，并最终为公司赢得市场优势。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 强化知识产权保护，为创新发展“护航”。
- 2022年，公司进一步完善了知识产权管理体系的运行，推进专利战略规划布局，推进酵母国际标准的制定。全年申请专利141件，获得专利授权107件。
- 截止2022年末，安琪共申请专利1030余件，其中有效国内发明专利245件，国外发明专利92件，实用新型申请162件，外观专利申请48件；专利申请涉及酵母及相关产品的各个技术领域。
- 安琪还通过PCT、巴黎公约途径，在美国、巴西、欧盟、加拿大、南非、澳大利亚、韩国、日本等40多个国家和地区提出了152件国际专利申请。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 2022年3月15日，宜昌市伍家岗区人民检察院、市公安局伍家岗分局“知识产权保护办公室”在公司正式挂牌成立。以知识产权保护为着力点，维护公平竞争、诚信守法、创新发展的营商环境，为辖区内企业提供优质的法律服务，为知识产权保护及伍家岗区经济建设贡献法律力量。
- 依托该办公室将更加迅速、精准打击涉嫌假冒侵权行为，进一步提升公司依法维权能力，保障公司市场良性发展，也将对商业秘密的保护进行专项辅导，极大提升公司对商业秘密的理解和保护水平。



## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 继续推进两化融合，助力公司数字化工厂建设。
- 自2018年起，公司以战略目标为指导，积极推进两化融合及其管理体系贯标，并于2020年4月通过了国家评定，进一步提升了企业的品牌影响力和竞争力。
- 2021年7月，安琪两化融合管理体系通过了中国两化融合服务联盟的监督审核。
- 两化融合管理体系监督审核，是由国家工信部下设两化融合管理体系联合工作组委托具有权威资质并符合限定范围的第三方机构，对企业两化融合建设实施进展及管理体系适应性，进行全面审查和综合考量。公司成立了数字化建设委员会，统筹公司自动化、智能化、信息化工作。实施营销数字化、财务共享、WMS系统、MES系统、工业大数据、数据可视化与分析等信息化系统。
- 公司在2022年度入选工信部智能制造示范工厂揭榜单位和优秀场景名单。

## • 第二章 主体责任

### 三、成为中国酵母的代名词，领跑全球酵母行业。

- 2022年4月，安琪酵母工业互联网标识解析企业节点建设项目上线运行，成为“宜荆荆恩”城市群首家成功对接宜昌工业互联网标识解析二级节点并实现动态赋码业务的企业。
- 工业互联网标识是产品的“全球唯一身份证号”。扫描包装上的二维码，产品的生产批次、保质期、编号等信息一目了然。
- 标识解析成为企业资源管理系统、生产系统、供应链系统数据互通的载体，实现了企业管理、生产管理和供应链管理各个环节的高效协同，并且为数字营销项目的建设，承载丰富的应用场景。
- “安琪酵母5G定制网+标识解析二级节点”在2022年全国5G+工业互联网大会上评选为5G+工业互联网应用优秀案例。





## • 第二章 主体责任

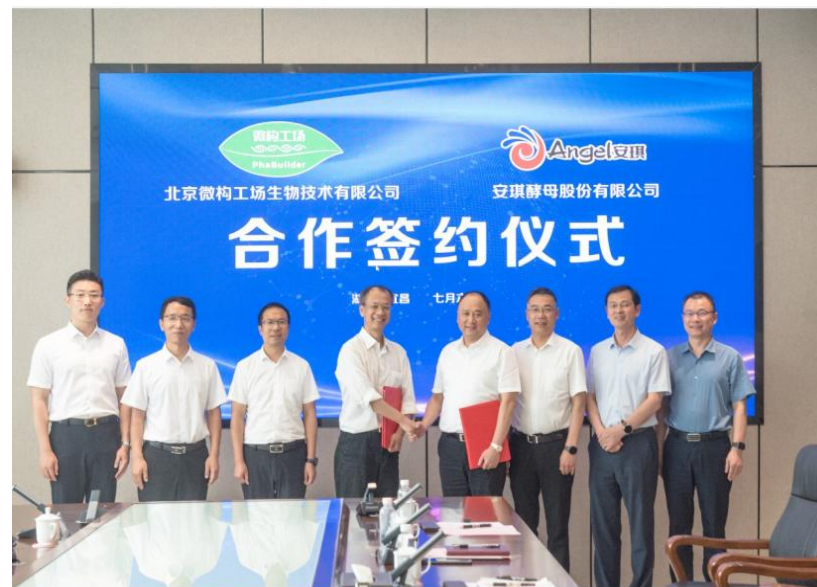
### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建

- 2022年，安琪顾客满意度评分为9.06分，其中顾客质量满意9.19分，顾客服务满意9.01分，顾客性价比满意度8.75分。本次顾客满意度调查覆盖安琪纽特、烘焙电商业务单元线上消费群体进行满意度测试。
- 调查采用向顾客发放问卷链接，二维码等方式进行线上调查，回收有效样本616份，其中安琪纽特215份，烘焙电商401份。
- 顾客反馈有效意见或建议434余条，意见涵盖了市场管理、新品开发、包装改进、技术支持、品牌宣传、物流服务、性价比等各个方面。
- 2022年度顾客满意度测量在特殊的社会环境下进行的，本次测试对相关测试业务板块及线上顾客更具参考作用，顾客的评分和意见，让公司进一步了解了顾客需求和期望，也更清楚地看到公司的优势和短板，为今后的工作改进指明了方向。

## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建

- 2022年，我们加大项目建设力度，既围绕酵母、抽提物等主导产品完善产能布局，也加强对外合作，加快项目落地，积极切入新赛道。
- 安琪与北京微构工场生物技术有限公司在宜昌签订合作协议，组建合资公司，在宜昌建设万吨级PHA基地，共同推动合成生物学技术在产业端落地。
- 此次合作，是安琪在合成生物学领域产业布局的重要一步，具有里程碑意义，是安琪在新技术领域的一次重要创新，将加快创新生物领域业务开发，开拓生物经济新赛道，发挥双方的技术研发、项目建设、生产经营及产业链优势，共同开拓海内外市场。



## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 不断完善供应商管理机制，确保公平竞争并建立健康长久的合作关系。
- 安琪已拥有一大批能提供稳定合格原材料的供应商，完全确保公司产品的食品安全和产品品质，同时公司尝试进行供应商管理和培训，与供应商共享资源，提升供应商的自主管理水平，实现全链条质量管理。
- 为加强采购流程管控，建立了招标策划和授标审批流程，建立了大宗物料先行指标，对子公司采购体系进行审核，评估集团内所有采购组织及采购业务运行的有效性和符合性，促进采购组织持续改进体系运行质量。
- 招采制度体系进一步健全。发布了《招标及采购定价管理办法》《招标及采购活动投诉管理办法》《限制交易供应商管理办法》《评审专家和专家库管理办法》《招标及采购定价操作细则》等多项制度；公示了公司第一批251名采购评审专家名单；制作模板化采购文件31份。

## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 重点关注对环境和社会带来较大影响的供应商，未来逐步扩大本政策的范围至整个供应商范围。
- 采购原则：我们采购和使用不触碰可持续发展底线和更多支持可持续发展的服务；我们尽量致力于通过现场评审提升供货商的可持续发展意向；在与供货商合作的过程中，我们坚持负责任的行为准则，寻求以信任与支持致力于长期发展关系；我们为参与采购的员工提供培训和指引，以便更好地执行本政策。
- 廉洁从业原则：采购业务相关人员应严格执行公司采购管理制度、流程及公司廉洁风险防控制度相关要求，提升自身职业素养，在采购过程中应严格履行信息保密要求，杜绝涉及廉洁风险的行为。

## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 致力营造机会均等的招标环境。
- 安琪遵循上市公司内控指引要求，结合多年来的实践经验及所处行业特点，建立了适应公司发展的采购模式。按原材料、工程、生产装备、物流等采购业务类型建立专业采购职能部门，实行集团化采购管控，核心及大宗采购产品由对应集团化采购部门统一采购，各子公司执行。建立了严格的采购内部审计体系，所有采购部门定期进行内部审计；建立了公开的供应商门户，实施阳光化采购，有效的增加了采购过程的透明度及竞争性。
- 2022年，公司生产用原材料占比29.48%；OEM及贸易产品占比23.45%；仓储物流服务占比20.43%；能源动力占比7.65%；生产设备占比7.35%；备品备件及工程材料占比4.19%；工程建设服务占比3.18%；行政后勤服务类占比2.17%；生产用包装材料占比1.49%；其他采购服务占比0.61%。

## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 建立了廉洁经营的监管机制。
- 2022年1月，安琪召开政治生态分析研判动员部署暨2022年廉洁经营工作会议，传达上级政治生态分析研判工作会议精神，明确政治生态建设科学化、规范化和制度化，深入推进清廉安琪建设。
- 2022年，安琪各单位始终坚持履行全面从严治党主体责任，不断推进落实党风廉政建设责任制，基层党建及党风廉政建设工作水平有了新的提升。一是服务一线更主动。服务意识更强，作风更扎实。二是抓落实执行力更强。组织中期督导检查，围绕影响公司高质量发展的困难和问题，梳理形成27项重点问题清单，并进行动态跟踪督办。三是干部员工的行为更规范，纪律更严明，精气神更足。



## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 2022年8月，安琪召开警示教育大会暨清廉安琪建设推进会。组织观看《贪欲与悔恨》等警示教育片，通报典型案例。
- 会议对安琪廉洁经营工作再上新台阶提出三点要求。一是要珍惜发展成果，志存高远，走好新一代人的长征路；二是要提高站位，承压奋进，勇担全面从严治党的时代责任；三是要坚定理想信念，做守纪律、讲规矩的明白人。
- 2022年，安琪推出作风纪律建设简报，组织党风廉政宣传教育月活动，对 30 余名新提拔年轻干部代表进行集体廉政谈话，发送“廉洁短信”1000 余条，签订《家庭助廉倡议书》 976 份，收集廉洁作品 68 份。开展廉洁教育培训13场。



## • 第二章 主体责任

### 四、整合上下游资源配置，聚焦产业链建设。

- 安琪坚持开展党建及党风廉政建设主体责任、监督责任、廉洁经营指数考评工作，对党总支、党支部落实“两个责任”情况，以及各单位贯彻廉洁经营要求情况进行考评检查并通报，持续推进公司党风廉政建设和廉洁经营管理。
- 安琪倡导员工忠诚守信、纪律严明、自律自省、风清气正；从思想上引导员工树立遵纪守法、廉洁自律的合规意识。
- 安琪始终贯彻领导干部不仅要带头遵规守纪，还要切实履行好监督管理责任，加强纪法震慑，为安琪高质量发展提供坚强的作风纪律保障。
- 安琪专门制定了廉洁风险防控手册，完善廉洁经营管理运行机制，规范公司经营管理行为，提升公司廉洁自觉性，强化公司廉洁氛围，维护公司持续健康发展。
- 安琪廉洁经营管理规范从招标及采购、工程、销售、人力资源、财务和行政管理六个环节对公司及子公司廉洁经营事项进行阐述，建立了相关制度流程，定期对廉洁风险管理情况进行检查，年度考核评价。



## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

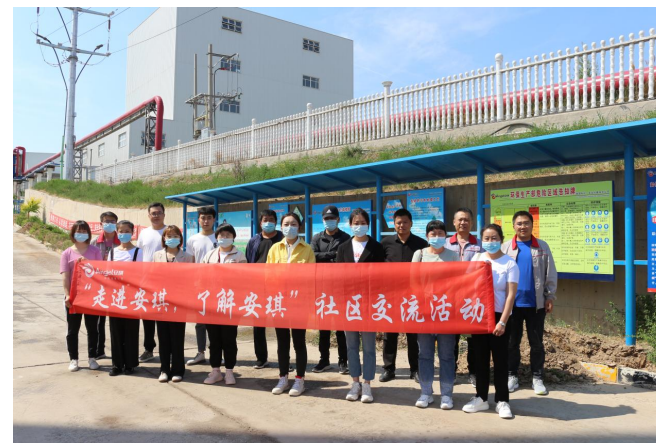
- 以合法合规为底线，提高运行管理能力。
- 公司及控股子公司严格按照当地的环境保护法律、法规要求进行生产经营管理，2022年公司各项污染物的排放指标满足监管要求，通过了当地环保部门组织的环境检测。废水、废气、固废、危险废物、噪音均能满足环保监管要求。
- 公司高度重视海外工厂环境保护工作，2022年，海外工厂环保设施运行正常，主要污染物排放均满足当地环保排放标准。
- 2022年，公司制定了环境自行监测方案，通过人工化验+委托监测+在线监测的方法，对三废及噪声排放实施全天候、全方位监控；按照环保主管部门监管要求每季度进行在线有效性审核，实时公开日常排放数据。
- 2022年全公司三废及噪声治理设施运行稳定，全年环保投入费用达到5.35亿元。



## • 第二章 主体责任

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

- 以绿色理念为宗旨，开展走进安琪活动。
- 公司高度重视与周围社区的关系，2022年持续开展“走进安琪、了解安琪”的社区交流活动，安琪的环保理念和治理力度得到周边社区的肯定。
- 参观人员详细了解安琪的发展历程、企业文化、循环产业链、生产现场、污水处理工艺及沼气和污泥资源化合理利用等情况。纷纷称赞道：“安琪的安全生产及环保治理工艺先进，让人很放心。”
- 公司将持续开展走进安琪系列活动，积极宣传绿色环保知识，让安琪“生态优先、绿色发展”的环保理念深入人心。



## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以制度体系为基础，夯实绿色发展机制。
- 公司提出“环保也是竞争力”的经营理念，以保护环境为己任，持续推动环保治理、节能减碳和清洁生产。公司被中国生物发酵产业协会评为全国生物发酵行业节能环保示范企业；2019年宜昌市人民政府向公司颁发了“宜昌生态环境保护奖”奖牌。公司参与制定和修订《酵母工业水污染物排放标准》，起草了《发酵行业（酵母）清洁生产评价指标体系》。
- 环境保护一直是公司可持续发展的重要战略，针对国家环保形势要求，公司提出“国家标准、社区满意”的双达标目标，这一目标将安琪的环境保护工作推向了一个新的高度，公司持续加大环保投入，优化现有环保处理设施，确保新环保目标的实现。
- 公司通过了ISO14001环境管理体系认证，并不断提高自身环境管理能力。2022年公司完善了《水污染防治管理规定》《大气污染防治管理规定》《噪音污染防治管理规定》《环保应急管理规定》等系列环保文件。

## • 第二章 主体责任

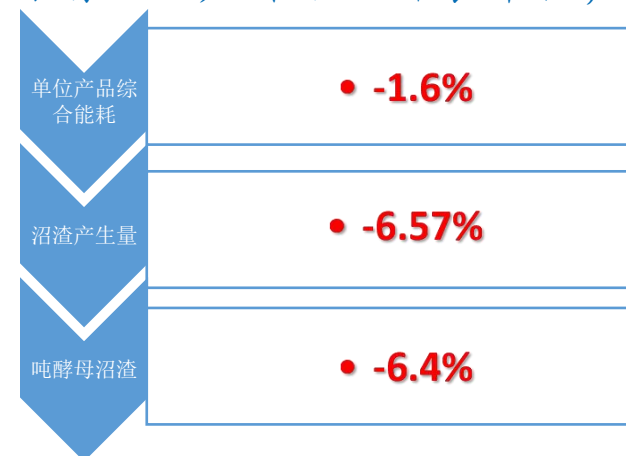
### 五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以节能减碳为目的，提升清洁生产水平。
- 安琪坚持践行“绿色低碳”理念，坚定不移地推行绿色生产，用行动为绿色地球助力。
- 安琪于2021年底入选工信部公布的国家级“绿色工厂”。这一荣誉是对安琪工厂贯彻“绿色智造”理念的认可，标志着安琪全方位环保生产标准的达成。
- 总经理肖明华表示：安琪酵母肩负着国家经济、环境可持续发展的责任和义务，通过技术创新不断推动绿色智造和节能降耗减排项目发展，助力全球“双碳”目标早日实现。
- “绿色工厂”是绿色智造体系的实施主体，也是核心支撑单元，为完成绿色生产的目标。通过全面推广节能设备、节能技术和余热余压回收，降低工厂各用能设备能源消耗，达到节能减碳的目的。
- 2022年，国内所有酵母生产线已全面应用磁悬浮风机；崇左、柳州及宜昌公司已推广使用磁悬浮冷水机组；德宏、宜昌及普洱公司已推广使用冷冻系统集群控制；崇左、柳州及埃及公司完成锅炉自动化改造。

## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以节能减碳为目的，提升清洁生产水平。
- 公司持续依靠生产工艺技术进步，降低污染物排放指标，减少排放，提高效能，打造了企业的核心竞争力，建立了行业的标杆。
- 在生产环节，公司严格执行排放强度准入，鼓励节能降耗，实行清洁生产并依法开展审核，主要清洁生产指标在行业内处于绝对领先水平。
- 2022年公司持续推进清洁生产工作，各项能耗指标和污染物排放指标均持续降低。
- 单位产品综合能耗同比下降1.6%；沼渣产生量同比减量6.57%，单位产品沼渣下降6.4%。



## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以节能减碳为目的，提升清洁生产水平。
- 2022年，公司启动总部区域能碳管理平台建设项目，初步打通清洁能源采购及光伏发电等降碳渠道，宜昌总部区域能碳平台建设项目完成前期调研与交流。30MW屋顶光伏发电项目赤峰公司分项已进入审批阶段，宏裕公司分项已经进入前期调研阶段。
- 2022年，宜昌、崇左、柳州、德宏区域公司购入光电、风电等绿色电力133230MWh，柳州区域公司购入生物质绿色蒸汽40952吨。



## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 办理绿色存款，助力绿色低碳发展。
- 2022年，公司积极贯彻可持续发展理念，在中国推动实现双碳目标的大背景下，办理绿色存款500万元，获得由汇丰银行（中国）有限公司（下称“汇丰中国”）授予的绿色存款证书。
- 绿色存款作为创新绿色金融产品，将存款企业的盈余资金投放到符合条件的环保项目中，支持符合条件的环保项目和业务，助力绿色低碳发展。
- 此举是公司践行环保理念的又一行动，持续助力全社会绿色低碳发展，进一步夯实公司可持续发展战略的全面落实与推进。



## • 第二章 主体责任

五、着力推进“生态保护、绿色发展”，力争“政府标准，社区满意”双达标。

- 以技术进步为核心，升级环保治理设施。
- 为了减少大气污染物VOC<sub>s</sub>排放总量，2022年，公司投资2700多万元引进了活性炭吸附-水蒸气再生-冷凝回收技术并实现工程化应用，可实现年VOC<sub>s</sub>减排50吨以上。
- 在宜昌工厂完成环保蒸发不凝汽进曝气池处理的中试验证，并在柳州完成工程化应用，实现环保蒸发不凝汽治理后无异味，且无需消耗化学药剂。
- 在环保工程项目中应用、推广活性炭吸脱附、生物洗涤、厌氧氨氧化等环保技术。
- 重点推进宜昌、滨州、可克达拉、睢县、普洱、德宏公司新改扩建工程环保项目实施。重点完成宜昌、睢县和滨州公司环保工程项目调试，正在推进普洱和可克达拉公司环保调试工作。

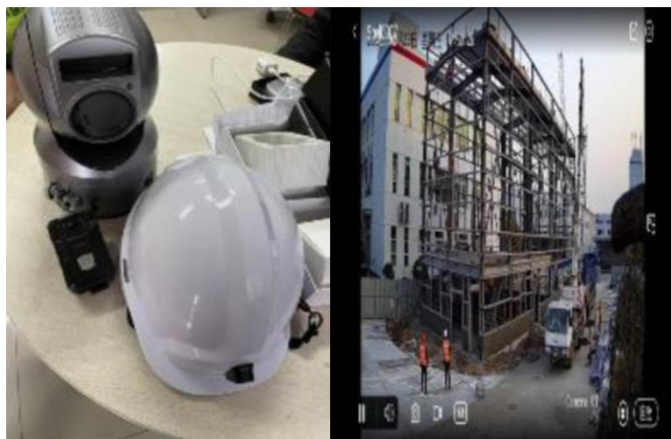




## • 第二章 主体责任

六、持续开展隐患治理工作，持续完善安全网格化管理，严格“三违”行为查处，从严实施事故追责。

- 强化合规性管理，加强法律法规识别和应用；按双重预防机制要求，组织危险源辨识和管控。
- 持续开展本质安全提升行动，推进叉车主动防撞、重要作业可视化平台、有限空间智能装备等59项改进课题，从本质上确保安全。



企业安全文化：

安全承诺：我要安全、重视安全、共抓安全

安全愿景：百年安琪，安全百年

安全价值观：安全才能发展，生命重于泰山

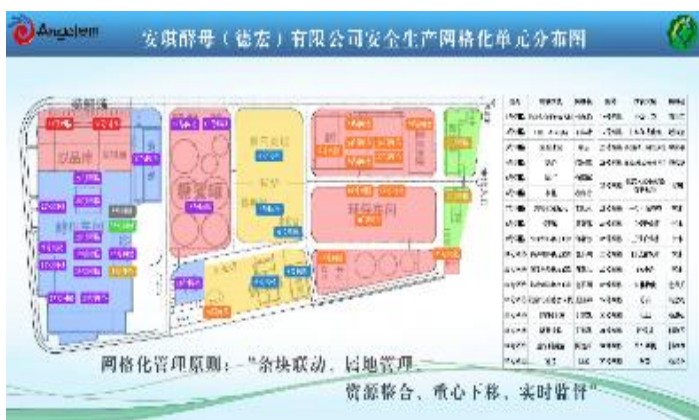
安全使命：多采用信息化、智能化技术，提高本质安全水平

## 第二章 主体责任

六、持续开展隐患治理工作，持续完善安全网格化管理，严格“三违”行为查处，从严实施事故追责。

- 结合项目阶段性安全风险，针对安全风险制定管控要求和集团施工安全十条禁令，持续开展项目现场多级检查，纠正“三违”行为，推进现场隐患排查整改工作，确保进度服从安全；每日通过可视化设备对检查抽查现场文明施工情况；并开展红黑榜评比，通过评比活动及各项活动的实施，有效促进了各项目的现场安全管理水平。

项目名称	红榜单	项目名称	黑榜单
滨州公司酵母绿色制造项目	2	生物质中试平台项目	3
园区工厂年产1.8万吨复合微生物制剂智能制造项目	1	园区工厂1万吨酵母智能分装线改造项目	1
安琪酶制剂(宜昌)有限公司年产5000吨新型酶制剂绿色制造项目	1	安琪酶制剂(宜昌)有限公司年产5000吨新型酶制剂绿色制造项目	1
可达拉安琪酵母有限公司3.2万吨酵母制品绿色制造项目	1	总部老办公楼及研发楼功能改造项目	1
总部老办公楼及研发楼功能改造项目	1	园区工厂年产1.8万吨复合微生物制剂智能制造项目	0
园区工厂1万吨酵母智能分装线改造项目	0	安琪酵母(宜昌)有限公司酵母绿色生产基地建设项目	0
安琪酵母(宜昌)有限公司酵母绿色生产基地建设项目	0	可达拉安琪酵母有限公司3.2万吨酵母制品绿色制造项目	0
安琪酵母(柳州)有限公司年产15万吨水解糖深加工项目	0	滨州公司酵母绿色制造项目	0
普洱公司年产3.2万吨酵母绿色制造项目	0	安琪酵母(柳州)有限公司年产15万吨水解糖深加工项目	0
生物质中试平台项目	0	普洱公司年产3.2万吨酵母绿色制造项目	0



- 以网格化管理为基础，推进岗位安全四知卡建设；坚持开展安全周会、日训工作，强化安全规章制度学习；落实重要危险源管理层责任包保，分级管控，确保重要危险源处于持续受控状态；在工程项目上推动安全网格化建设，让技术人员主动参与安全管理，有效提升全员安全意识、安全知识和安全技能。

## • 第二章 主体责任

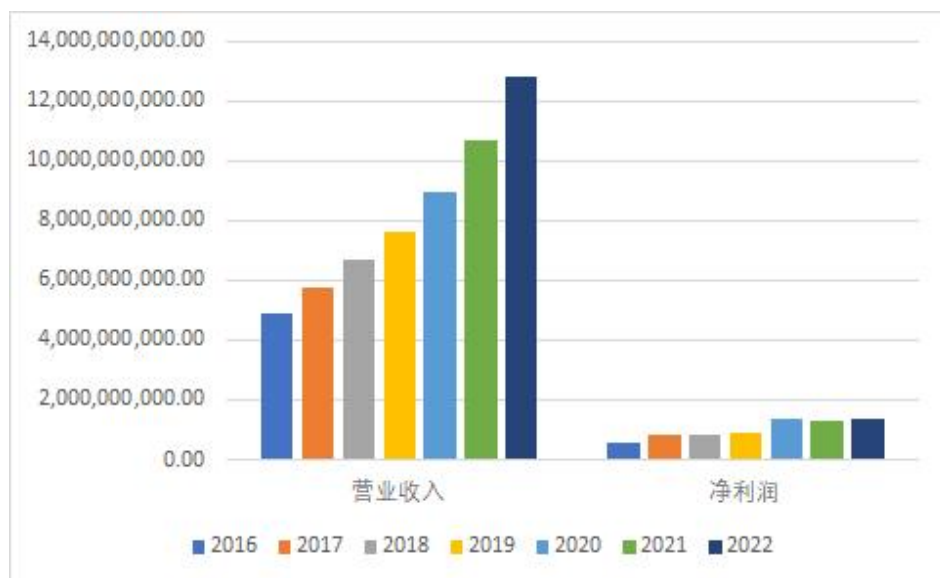
### 六、持续开展隐患治理工作，持续完善安全网格化管理，严格“三违”行为查处，从严实施事故追责。

- 完成安全生产专项整治三年行动。本年为三年行动的成果巩固年，主要任务是对前期的行动成果进行总结固化，截止目前，共计完成修订或新增各项制度和技术标准24项，巩固了已有成效，并持续改进安全管理工作。
- 开展各类安全培训。组织开展为期两个月的安全事故警示教育；结合安全生产月、消防宣传月等活动，组织开展专项安全培训活动；开展安全管理人员安全知识点线上培训；联系专业培训机构组织开展电气知识理论和实操培训，49名安全管理人员取得低压电工特种作业操作证。
- 全年开展安全培训1,662场，培训101,560人次，人均培训10次；开展应急演练500场，参与人数17,717人次。

## • 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

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



- 稳步提升产能规模，实现收入的持续增长。
- 安琪起源于地方国有科研单位，三十多年来公司已成为全球发展最快的酵母企业。
- 酵母产能规模由建厂时的1000吨到现在的接近35万吨，YE从无到有，现已成为全球主要的酵母抽提物生产商。
- 2022年是公司克难奋进、再创佳绩的一年，实现营业收入128.43亿元，取得了来之不易的成绩。
- 现今安琪的产品在多个领域品质都处于一流，成为了国际酵母市场的主要品牌之一。

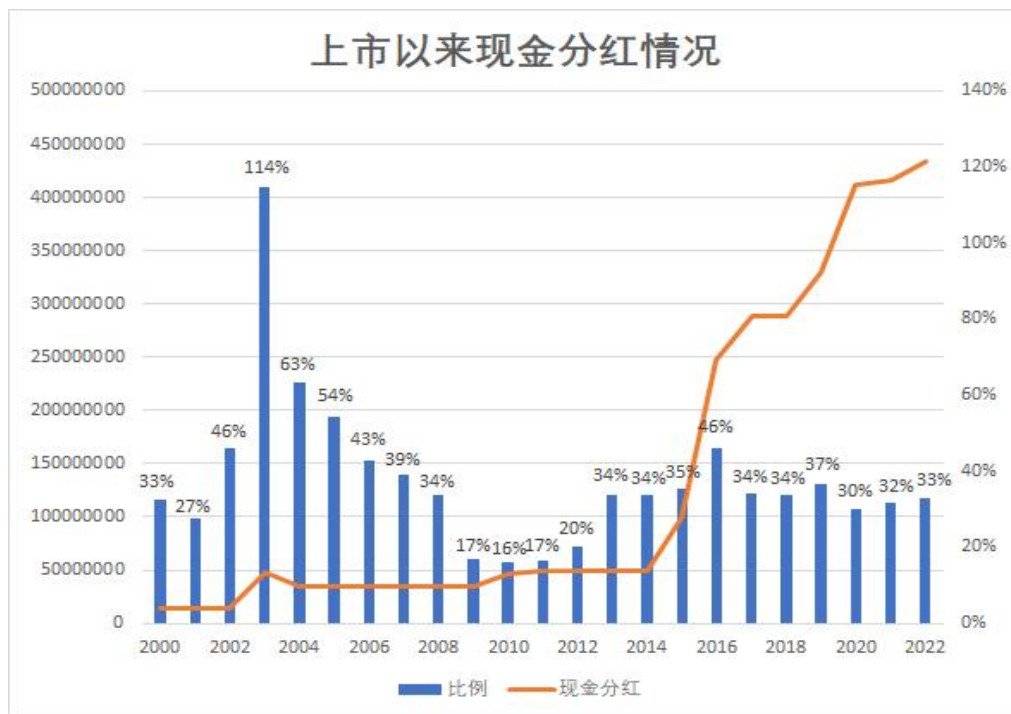
## • 第二章 主体责任

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

- 获得证券监管部门和投资者给予的肯定性评价。
- 2022年，安琪在上海证券交易所对上市公司2021年度信息披露工作考核中获得“A类”评价，这是安琪连续第7年在信息披露工作中获此殊荣。安琪信息披露工作多次获得“A类”评价，体现了监管机构对公司信息披露工作的高度认可。
- 公司将继续提升信息披露的有效性和针对性，进一步提高信息披露质量和公司治理水平，更好地为投资者服务，维护公司资本市场的良好形象。
- 公司将严格按照上市公司治理准则规范运作，遵守各项上市监管规定；持续完善公司治理结构，改进子公司证券事务管控办法、重大事项报告及决策程序，规范三会运作确保公司治理结构合法合规，稳定运行。

## • 第二章 主体责任

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



- 重视投资者持续回报，保护投资者收益权。
- 公司遵循回报股东的原则，建立了科学、持续、稳定的利润分配决策和监督机制，制定相应合理的利润分配政策，让投资者分享安琪高速发展的成果。
- 公司自2000年上市以来，每年均进行现金分红，累计分红22次，累计已发放现金分红金额26.21亿元，现金分红占净利润比例达到32.83%。

## • 第二章 主体责任

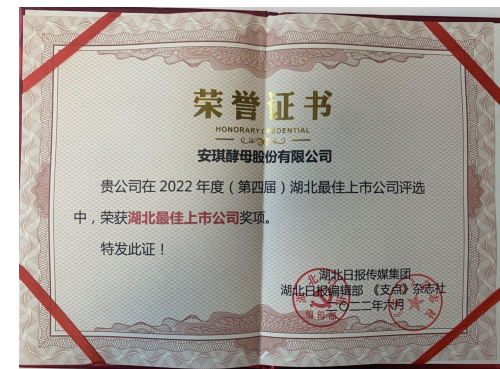
### 七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 安琪非常重视投资者关系，切实履行信息披露及投资者沟通任务。
- 2022年，安琪全方位、持续不间断地与投资者进行沟通和交流。董事会积极开展与投资者的良性互动，保持与全球投资者的顺畅沟通，每月定期召开与海外投资者的电话会议，进行了多次反路演活动，参加了多个投资者见面会和年/季度策略会，帮助投资者了解公司现状，引导投资者对公司价值进行客观判断，避免不实信息对投资者的误导，保护投资者的切身利益，努力提升资本市场对公司价值的认可度。
- 2022年，安琪召开现场年度股东大会一次，临时股东大会六次。常态化开展业绩说明会，全年共召开业绩说明会4次，参加线下策略会16场，线上沟通会86场，接待投资者实地调研42场次。

## • 第二章 主体责任

七、持续完善信息披露水平，高度重视投资者关系，确保股东和债权人合法权益。

- 安琪酵母蝉联“湖北最佳上市公司”和“湖北最具投资者认可度上市公司”两项荣誉。
- 中部崛起高质量发展高峰论坛暨2022年度（第四届）湖北最佳上市公司评选名单出炉，本次评选以打造“湖北上市公司竞争力指数”作为评选核心依据，经首轮评估、企业自评、网络投票、评审委员会审议等环节，评选出“湖北最佳上市公司”奖项。安琪酵母以高质量发展获得了市场和业界的认可。
- 公司将不断加强规范运作，更加重视上市公司治理、投资者关系管理及投资者权益保护，积极承担社会责任，在与资本市场良性互动中，实现健康、稳定发展。





## • 第二章 主体责任

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

- 公司建立了财务管理制度、负债管理制度、内部审计制度、财务付款审批、报销制度、资金内部控制制度、销售与应收内部控制制度、成本核算内部控制制度、董事会审计委员会议事规则、对外担保管理制度、关联交易制度等一系列内部管理控制制度，确保了公司财务稳健与公司资产、资金的安全，保证了债权人的利益。公司的各项重大经营决策过程中，均充分考虑了债权人的合法权益。
- 安琪设立了审计部，每年开展严格的内部控制管理和评价，通过内部控制管理，及时发现管理缺陷并进行整改，同时持续完善管理制度，确保公司经营管理时刻合法合规。安琪审计部负责对公司内部控制制度进行独立评价，并聘请大信会计师事务所参与评价。
- 目前安琪已建立了内部控制制度和流程，并得以有效执行，不存在财务报告和非财务报告内部控制重大缺陷。

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

- 本公司承诺遵守国家劳工、健康与安全、环境、道德规范及其他社会责任的法律法规，遵守国际公认的相关标准以及其他适用的行业标准和国际公约。
- 公司根据行业标准制定符合劳工条件、健康与安全、环境安全、道德规范的公司政策、生产工序和工作环境，持续改善工作条件和员工福利。
- 2022年，安琪员工总数达11708人，其中女性员工占比26.84%，女性中层干部22人，充分发挥了女性在公司发展中的作用。

专业构成	
专业构成类别	专业构成人数
生产人员	8516
销售人员	1740
技术人员	772
财务人员	185
行政人员	495
合计	11708
教育程度	
教育程度类别	数量 (人)
研究生及以上	439
本科	2724
大专	2892
大专以下	5653
合计	11708

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

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

## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，助力员工成才成长。

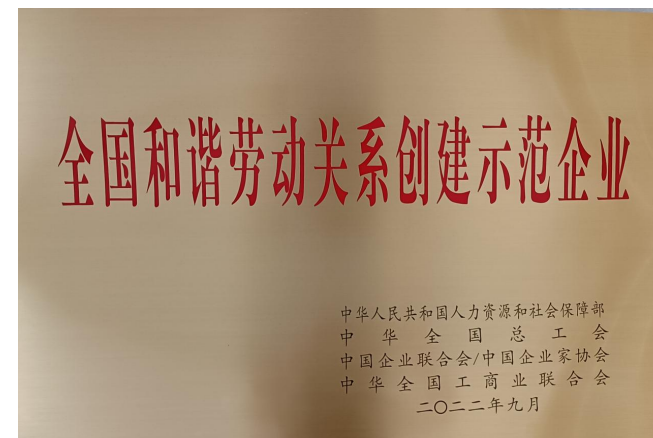
- 健全职工培训体系，不断提升职工素质。
- 公司树立“培训是员工最好的福利”理念，持续开展技能提升训练、优化学习培训形式，打造学习型组织。每年制定教育培训大纲，明确各个管理层次和工作岗位的培训计划，确保培训工作的计划性、针对性和有效性。
- 2022年，公司培训计划完成率超过90%，人均学时超过24小时/年。包括中高层干部管理能力培训、新晋管理人员培训、国际化素质提升培训、新员工入职培训、以及各专业领域如生产、装备、质量、安全、环保、财务等系统的专业化培训。2022年，公司通过知鸟平台开展必修课、直播培训、考试合计2245次，覆盖员工数量125008人次，有效提升了员工素质，为员工个人发展奠定了基础。



## • 第二章 主体责任

### 八、坚持“员工为本”，使员工与公司共同发展。

- 安琪酵母入选“全国和谐劳动关系创建示范企业”，是国家劳动关系领域的最高奖项。
- 安琪大力推进和谐劳动关系创建活动，实施企业年金，年缴费金额近5000万元；设立驻外员工之家，解决外派人员“后顾之忧”；设立红娘小组，聚焦解决青年员工婚恋难题；推出EAP帮扶计划，纾解员工心理压力；出台安居政策，已提供300余套人才团购房；建立疾病关爱救助制度，最高救助额20万元。
- 创建和谐劳动关系企业没有终点，公司将再接再厉，紧密团结和动员全体职工同心同向齐奋进，同行同享共发展，继续构建规范有序、公正合理、互利共赢、和谐稳定的劳动关系，加快公司高质量发展步伐，为社会经济发展做出安琪贡献。



## • 第二章 主体责任

八、坚持“员工为本”，切实提升员工福利保障，构建和谐用工环境。

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



## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 公司主动履行社会责任，积极参与社会公益事业。
- 公司控股股东安琪集团持续参与湖北援藏工作，投资建设高原益生菌智能化项目。项目投产后，将促进高原特色微生物产业发展，推动传统产业现代化发展、特色产业提档升级，对带动农牧民群众就业增收、扶持壮大集体经济等方面将发挥重要作用。
- 2022年，安琪集团持续对五峰土族自治县仁和坪镇业产坪村进行结对帮扶。拨付帮扶资金66万元，用于村委会环境改造项目建设，支持村内文化阵地建设。对全村610户做到“家家到、户户落”全力守牢防返贫底线。开办暑期公益辅导班，组织25名学生到宜昌参观学习，助力乡村人才振兴。2022年度，被评为宜昌市乡村振兴“优秀市直派出单位”。
- 组建筑堡工程工作队，3687名志愿者加入志愿服务队，854名下沉党员常态化落实“双报到”，53名党员志愿者参与“一车一人”网格化志愿服务，51名党员与独居老人“联户结亲”，101名志愿者参与义务献血活动，合计献血33100ml。

## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 安琪集团赞助400万元用于支持湖北省第十六届运动会的举办。通过宜昌市慈善总会向宁夏中卫捐赠现金200万元，用于改善教育条件；分别向宜昌市第一中学、夷陵中学教育发展基金会捐赠50万元，用于指定教育资助项目；向长阳资丘小学捐赠35万元，支持学校发展。向宜昌市文化和旅游局捐赠178万元，支持宜昌电竞旅游嘉年华活动筹办。
- 柳州公司向“万企兴万村”结对帮扶对象柳城县大埔镇田垌村党支部、里明村村委会共捐赠5000元活动经费，用于其支部党建活动。向柳城县凤山镇严重困难户黄蒋嵩捐赠5000元，用于医疗救助。
- 德宏公司吸收脱贫户子女就业共4人，把促就业作为预防返贫的抓手，帮助群众稳定增收。
- 崇左公司组织开展购买扶贫产品活动，共购买扶贫产品1200份，价值54180元。
- 赤峰公司为月明沟村甜菜种植户申请办理了100万元的低息贷款，帮助种植户有序的开展各项农业生产活动。开展爱心消费活动，购买助农扶贫产品近9万元。



## • 第二章 主体责任

### 九、投身社会公益事业，做优秀企业公民。

- 近年来，越来越多的国际公司开始关注社会责任，在订单中加入社会责任条款。社会责任审核是客户委托第三方机构，根据客户指定的公认标准对供应商进行劳工权益，工作条件以及环境保护三方面的审核。通过审核可以提高客户对安琪产品的认可度和依赖感。
- 公司通过加入Sedex会员，严格执行Smeta标准要求，遵守劳动准则，不断提升公司的社会形象。2022年，埃及公司、崇左公司、柳州公司、伊犁公司等公司分别通过大客户的社会责任审核，符合社会责任审核各方面要求。
- 2023年1月，安琪通过社会责任ECOVADIS评审。
- ECOVADIS评审是企业社会责任第三方评审，评审主要围绕公司及下属子公司在环境管理、劳工及人权、商业道德、可持续采购等四个模块的方针政策、管理过程及运行结果开展。2022年经过评审，公司获得47分，百分比排名第42名，四个子项目也达到大客户要求的目标分数，为公司产品出口欧美大企业提供了条件。

## • 第三章 结束与展望

- 企业的成长与承担的社会责任是相辅相成、密不可分的，全方位的履行社会责任，更有助于企业品牌和美誉度的提升，促使企业的健康可持续发展。
- 2022年，公司在股东和债权人保护、职工权益保护、供应商、客户、消费者权益保护、环境保护和可持续发展、社会公益事业等方面做了大量工作，取得了良好的成绩，但社会责任履行状况与《上市公司社会责任指引》的相关规定还存在一定差距。
- 2023年，公司将继续秉承“发展生物技术，创新健康生活”的企业使命，把股东、债权人、客户、供应商、员工、环境、社会等利益相关者“互利共赢”的责任理念融入生产经营工作中，一如既往提供健康优质的产品和服务，坚持“员工为本，用户为源，技术质量为生命”的核心价值观，为客户创造更大价值，勇担社会之责，投身公益事业，以感恩的心回报社会。



# 发展生物科技 创新健康生活

Focus on Yeast Biotechnology Innovate for Healthy Life