



备:纸张使用环保纸张,印刷油墨使用大豆油墨。



自从2021年起,康师傅控股有限公司  
承诺将践行联合国全球契约组织的  
企业社会责任倡议及其在人权、劳工  
标准、环境和反腐败领域的十项原则。  
我们支持  
联合国全球契约

# 2021

## 可持续发展报告 SUSTAINABILITY REPORT

KONG | 康师傅控股 可持续发展报告 SUSTAINABILITY REPORT



扫描上方二维码  
关注康师傅官方微信



扫描上方二维码  
关注康师傅官方微博





## 目录 | CONTENTS

- 01 董事长兼可持续发展委员会主席致辞
- 03 行政总裁兼可持续发展委员会副主席致辞
- 04 报告说明
- 05 关于康师傅
  - 06 公司治理
  - 07 助力「碳中和」
  - 08 品质坚守
  - 09 品牌提升
  - 10 绿色运营
  - 11 数字化转型
  - 12 员工关怀
  - 13 持续回馈

### 15

#### 提升可持续发展进程 畅享「欢乐饮食，美好生活」

- 16 可持续发展理念
- 18 可持续发展管治架构
- 19 支持联合国可持续发展目标与倡议
- 22 利益相关方沟通和关键议题重要性评估

### 25

#### 专题：迈向「碳中和」 引领「欢乐饮食，美好生活」

- 26 组织碳盘查，识别碳足迹
- 28 设定环境目标，开展减碳行动
- 29 应对气候变化

### 31

#### 从安心走向营养与健康 乐享「欢乐饮食，美好生活」

- 32 食品安全管控与建设
- 36 健康营养产品研发与拓展
- 37 健康理念传播

### 41

#### 秉持诚信合作 共建「欢乐饮食，美好生活」

- 42 服务消费者
- 43 广告和知识产权管理
- 44 供应商 ESG 管理
- 46 反贪污和职业道德管理
- 48 品牌力突破

### 53

#### 绿色常青 净享「欢乐饮食，美好生活」

- 54 节能节水管理
- 56 减排减碳管理
- 57 减塑与包装物管理
- 59 数字化生产管理
- 61 可持续原物料采购
- 62 环境关键绩效指标

### 65

#### 铸就卓越职场 共享「欢乐饮食，美好生活」

- 66 深耕人力资本，打造卓越职场
- 67 促进员工成长与发展，打造智慧职场
- 68 保障员工健康与安全，打造安心职场
- 68 建设企业文化，打造卓越职场
- 70 人力关键绩效指标

### 73

#### 服务社会，创造价值 同享「欢乐饮食，美好生活」

- 74 食安科普
- 76 水教育
- 79 体育公益
- 80 聚焦社会关怀
- 82 抗疫援助
- 84 惠及「三农」
- 84 校企合作

- 86 附录 1：2021 年度社会认可及获奖情况
- 87 附录 2：GRI 可持续发展报告标准索引表
- 96 附录 3：联合国全球契约十项原则
- 97 附录 4：ISO26000：社会责任指南（2010）索引表

# 董事长

兼可持续发展委员会主席

## 致辞

2021年，面对不断变化的经济、社会与自然环境，康师傅秉持「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」的可持续发展理念，加快数字化、低碳化转型进程，深度融合可持续发展实践。我们始终坚守品质，在为消费者带去健康、营养的同时，围绕食品安全、营养健康、节能减碳、人才发展、社区投资等议题开展了一系列工作。

我们长期坚守可持续发展承诺，努力提升公司环境、社会及管治（ESG）水平，着力改善公司ESG治理能力，全方位回应利益相关方的关切。2021年5月，康师傅正式加入联合国全球契约组织（United Nations Global Compact，UNGC），承诺履行以联合国公约为基础的涵盖人权、劳工标准、环境和反腐败领域的全球契约十项原则，进一步拓展本公司可持续发展影响力。这凸显了我们多年来在可持续发展领域所做工作的成效，也将鼓舞着我们保持初心、持续前行。在此，我十分荣幸地与您分享康师傅2021年取得的一些可持续发展成绩：

### 助力「碳中和」

康师傅积极响应国家「双碳」战略，逐步开展降碳减排工作，助力「碳达峰」和「碳中和」进程。2021年，我们在国内食品饮料行业的众多企业中率先开展碳盘查工作，盘查覆盖范围一、二和三的碳排放范畴，并结合碳盘查结果设立了能源消耗、水耗、温室气体排放及废弃物排放相关的环境目标。同时，我们积极识别气候变化风险和机遇，并为缓解气候变化影响贡献力量。

### 品质坚守

康师傅坚守食品安全的底线，持续加大食安领域的投入。2021年，我们围绕食安管理体系与数字化建设、人才培养、食安宣传推广、外部合作等方面，不断提升食安品质。同时，我们继续践行多元产品策略，顺应健康化的消费趋势，推出多款低糖、无糖新品，满足消费者品质生活的需求，推动行业整体进步。

### 绿色运营

康师傅始终践行绿色可持续发展理念，加快数字化、智能化转型，驱动运营效益提升，并持续推动一系列节能、节水、减塑、减碳工作，发布无标签饮品，减少废弃物产生，为建设绿色家园贡献力量。2021年，我们的环境管理水平和员工绿色运营意识不断提高，获得了社会大众的认可与肯定。

### 数字化转型

一直以来，康师傅都积极布局数字化转型升级，持续提升公司管理水平。2021年，我们围绕食安、生产管理、人力资源管理等多个领域推进数字化转型工作，将数字化技术赋能生产、仓储、物流和销售等各个环节。同时，我们与供应链伙伴携手，共同推进行业数字化合作，促进行业的可持续发展。

### 以人为本

康师傅重视员工的付出与成长，秉持「以人为本」的理念，致力于维护员工权益与福祉，助力员工成为「勤、廉、能」的综合素质人才，打造卓越、和谐、智慧、安心的职场环境，促进员工的身心健康发展。

## 保持初心 持续前行

### 持续回馈

康师傅作为行业领先企业，始终不忘在企业发展的同时积极回馈社会。2021年，我们持续保持在社区投资领域内的高额投入，开展食安科普、水教育等公益事业，支持「健康中国2030」体育公益活动，积极助力中国冰雪运动，在疫情防控、自然灾害等急难事件中及时开展援助帮扶，助力建设美丽乡村，深化校企合作，履行企业公民责任。

万里海天风正劲，奋楫扬帆启新程。展望2022「而立之年」，我们蓄势待发，持续协作共创，把握消费分层、渠道多元化等发展趋势，继续聚焦核心品类、推进产品结构调整，满足消费者的多样化需求，强化品牌好感度，与各利益方合作共赢，致力于打造「欢乐饮食，美好生活」，携手开创康师傅发展新篇章。

魏宏名  
董事长

# 行政总裁

兼可持续发展委员会副主席

## 致辞

作为联合国全球契约组织的成员，康师傅积极践行新发展理念，将环境友好、数字化转型等可持续发展实践内化为企业战略的重要组成部分，将利益相关方的根本诉求与自身产业特征深度结合，坚守「美味、营养、健康」好品质，积极推动产业链绿色发展转型，持续践行「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」。

康师傅作为有社会责任的民族品牌，以食品安全为立身之本，积极响应「健康中国」战略，不断研究膳食营养的内核，以航天级品质守护国民健康，以严苛的食安管理保障舌尖上的安全，以健康、美味、多元的饮食产品服务广大消费者，传递中国味道。

在守护健康的保障体系里，我们先后投资5亿元建立了国际水平的食品安全检测中心，近2000人的食安管理团队每年会开展检测超350万次，并通过供应商管理、原物料进货检验、生产过程控制等程序，努力实现全产业链严格监控及可追溯管理，让人们畅享欢乐饮食。



家园常青，健康是福  
KEEP OUR NATURE GREEN



随着消费者营养健康观念的升级，康师傅也在不断探索能够保证产品品质以及食品安全的新技术、新方法和新体系，持续推出一系列健康化升级与创新的产品，开展减糖、减盐、降脂等研究工作，以满足消费市场的多元化需求。从「农田到餐桌」，我们不断攻坚协作，研发出符合中国人口味及用餐习惯的营养膳食，匠心打造每一份产品。2021年，在「碳达峰」「碳中和」的背景下，绿色低碳环保发展已成为全国共识，可持续发展理念也已逐渐成为

新的消费时尚与趋势。康师傅作为中国家喻户晓的民族品牌，积极践行绿色发展之道，以绿色生产、绿色经营促进绿色消费，以低碳环保的发展模式守护家园。

康师傅积极响应减塑倡议，在满足产品质量要求的前提下，正在加速推动包括瓶身、标签、外包装等多环节中的减塑工作，进行可回收绿色设计、循环回收利用研究。2021年，我们将回收的废PET交由具备资质的第三方工厂制成了涤纶布料、包装材料等再生商品，减少了900余吨废弃塑料的产生。2022年初，我们发布首款「无标签」饮料产品，尝试去除瓶标，以整箱多入包装形式为最小销售单元进行售卖，更方便回收再利用，从原材料上落实环保减碳。我们已率先完成全面碳盘查工作，拟定了2025年的环境目标，持续实施多项节能技改项目，努力实现集成全链路数字化转型，减少各环节的人力和资源消耗，进一步减少碳排放。

我们始终认为，践行可持续发展需要社会各界共同的努力，需要企业与消费者携手探索。多年来，康师傅一直持续在食安科普、水教育、绿色消费方面

「家园常青  
健康是福」

开展公益活动，创造社会价值，提高公众科学素养。2021年，我们在上海迪士尼度假区放置PET空瓶回收机，使青少年通过学习和使用了解PET回收的重要性，以实际行动践行环保理念，建立保护自然的价值观。

未来，康师傅将坚守传承中华饮食文化的追求与责任，探索更高的品质、更超前的技术、更健康的产品。同时，我们也将继续积极承担保护环境的责任，将低碳绿色理念融入到供应链体系全环节中，在拥抱「双碳」的道路上不断创新，努力为可持续高质量发展打开新思路、新空间，更好地为消费者服务。

陈应让  
行政总裁

# 报告说明

康师傅控股有限公司（以下简称「康师傅」、「本集团」、「本公司」、「公司」或「我们」）参考「全球报告倡议组织（Global Reporting Initiative, GRI）可持续发展报告标准（GRI Standards）」和国际标准化组织（International Organization for Standardization, ISO）「《ISO26000：社会责任指南（2010）》」，综合梳理自身可持续发展的管理状况，主动对内外部主要利益相关方关注的可持续发展议题进行评估，结合公司发展战略，对2021年企业可持续发展工作进展进行检讨、回顾和报告，有关管治部分的内容建议与《康师傅控股有限公司2021年报》所载《企业管治报告》一并阅读。

本报告以康师傅落实联合国可持续发展目标（Sustainable Development Goals, SDGs）的行动为主线，呈现了康师傅在可持续发展领域的持续努力和成果。作为中国食品饮料行业的领军企业，康师傅以「弘扬中华饮食文化」为使命，以「成为受尊崇的企业」为愿景，秉承「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」的可持续发展理念，与利益相关方密切沟通，积极履行社会责任。我们认识到自身运营对经济、社会及环境等领域的重要影响，深刻理解只有「可持续发展才是好发展」，不断探索并精进自身在可持续发展领域的绩效表现，致力于将企业价值与广大利益相关方共同分享，提升社会福祉，与利益相关方共同畅享「欢乐饮食，美好生活」。

我们期望通过编制和发布本报告，向社会各界介绍和展示康师傅在可持续发展领域的努力进取和工作绩效，并彰显我们在此领域为社会做出的积极贡献。

## 报告范围

**报告的组织范围：**康师傅控股有限公司在中国的主要办公区域和常规运营工厂，与上一年度无重大变化。

**报告的时间范围：**本报告的时间范围为2021年1月1日至2021年12月31日。为保证报告的完整性，涵盖2022年部分相关内容。

## 报告编制标准

本报告主要参考全球报告倡议组织可持续发展报告标准(GRI Standards)、国际标准化组织《ISO26000：社会责任指南(2010)》。

## 报告发布形式

本报告以印刷版及电子版两种形式发布。电子版报告可在本公司网站www.masterkong.com.cn查阅。

欢迎您将对我们的可持续发展表现及本报告的意见发送电邮至sustainability@masterkong.com.cn，本报告发布中英文版本，若两版本出现不一致处，以中文版本为准。

# 关于康师傅

**116亿**美元  
2021年12月31日公司市值

居市场领导地位

**45.7%**  
方便面市场占有率

**43.4%**  
即饮茶(含奶茶)市场占有率

居市场第二位

**18.9%**  
整体果汁市场占有率

**33.1%**  
百事碳酸饮料市场占有率

康师傅控股有限公司主要在中国从事生产和销售方便面及饮品，并于1996年2月在香港联合交易所主板上市，公司总部位于中国上海市。

2021年12月31日，公司市值达116亿美元，为摩根士丹利资本国际（Morgan Stanley Capital International, MSCI）中国指数成份股及恒生中国（香港上市）100指数成份股。

「康师傅」作为中国家喻户晓的民族品牌，经过多年的耕耘与积累，深受中国消费者的喜爱和支持。目前本集团的三大品项产品，皆已在中国食品饮料市场占据显著市场地位。据尼尔森2021年12月数据显示，以销售量为基准，2021年康师傅方便面及即饮茶（含奶茶）类产品的市场占有率分别为45.7%及43.4%，稳居市场领导地位；于整体果汁的市场占有率为18.9%，居市场第二位。据Global Data 2021年12月数据显示，百事碳酸饮料2021年销售量市占以33.1%居市场第二位。

作为中国快消品行业的领导品牌，「康师傅」肩负引领行业食品安全与质量保障的使命。通过不断构建和完善管理体系，建立风险预防管理机制，实施食品安全的全方位控制，康师傅致力于确保产品质量与安全，为广大消费者提供安全、美味、健康的食品。

未来，本集团仍将公司发展聚焦于食品、饮品的生产制造与销售，以「弘扬中华饮食文化」为初心，以「服务消费者」为宗旨，秉承「家园常青，健康是福」的可持续发展理念，与广大利益相关方密切沟通，积极履行社会责任。



## 公司治理

康师傅致力于建立及维护完善的公司治理，以确保让我们的消费者与各利益相关方（包括股东、员工、合作伙伴及社区等）受惠。

### 治理架构

本集团董事会全面负责处理公司的各类重大事项，由魏宏名先生担任董事会主席。董事会有责任领导并控制各部门分工协作，并通过指导及检视各部门工作的方式，共同为促进各部门职能的提升及发展而努力并对此承担相应的责任。

为使董事会保持卓越有效的领导能力并作出独立的判断，董事会的人员结构已充分考虑到人员技能与经验的平衡。同时，本集团致力于实现董事会的多元化，董事人选将建立在一系列多元化的考量之上，包括但不限于性别、年龄、文化水平及教育背景、种族、个人经验、技能、知识与服务情况等。目前，董事会共计9名董事，其中有3名独立非执行董事，占比为33.33%；有1名女性董事，占比为11.11%。

董事会下设审核委员会与薪酬及提名委员会。审核委员会负责协助本公司董事会确保财务报告的客观性及可信性，审核委员会之主要责任包括审阅及监察本集团之财务申报制度、财务报表、年度及中期报告及账目的完整性、风险管理及内部监察制度以及维持良好的企业管治标准及常规。委员会亦担任董事会与本公司核数师在集团审核范围事宜内之重要桥梁。审核委员会提供充足资源履行其职责，并会定期与管理层、内部审计人员及外聘核数师开会，以及审阅他们的报告。薪酬及提名委员会之成立旨在检核董事会的架构、规模及多元化，对相关人士是否具备担任董事的资格作出判断，对独立非执行董事的独立性作出评估，向董事会建议个别执行董事及高级管理人员的薪

酬待遇，审批本集团董事及高阶雇员之薪酬福利组合，包括薪金、花红计划及其他长期奖励计划。委员会亦需检讨董事会之架构、规模及组成，评估执行董事的表现及批准执行董事服务合约条款，并就董事之委任及董事继任计划向董事会提出建议，并确保委任及重新委任董事的程序符合公平及具透明度的原则。于本财政年度内，委员会开展的工作包括：检讨董事会架构、规模及组成；审议现有董事会成员多元化的状况并提出建议；审查董事候选人的简历，并就董事的重新委任向董事会提出建议；向董事会建议高级管理人员的薪酬待遇。

截至2021年12月31日止，本集团共举行八次董事会会议、三次审核委员会会议、两次薪酬及提名委员会会议。

### 风险管理与内部监控

本集团所建立的内部监控及风险管理程序的主要精神系遵循COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) 架构五元素，分别是监控环境、风险评估、监控、信息及沟通以及监察评估。风险管理目标是将集团整体风险控制于可接受的水平以内，奠定集团长远发展的良好基础，同时能达到管理架构及权限明确化以提升营运绩效达成及运作效率、保障资产安全，确保财务报告可靠性，符合国家法规要求等目标。



提升营运绩效



提高运作效率



保障资产安全



财务报告可靠性

本集团所建构的风险管理体系，以「追求永续发展，承担社会责任」为管理目标，管理流程包含：风险识别、风险评估及评价、风险控制和全面监控等环节。首先，透过系统性、科学化的方法执行风险管理目标的设定。然后，经由与经营阶层访谈及风险研讨会之举行，完成风险识别并确认风险管理框架。第三，经由高阶领导充分参与讨论完成风险评估，进而拟定风险应对策略。最后，持续执行风险控制活动及监督。在董事会监督下，本集团已建立风险管理三道防线的组织架构及职责权限，审核委员会将协助董事会审查风险管理和内部监控系统的设计及运作成效。截至2021年12月31日，本集团持续推动内控自评，建立严谨而有效的自查自检体系，实现管理循环自评全覆盖。同时，持续扩大子公司监督作业，优先针对高风险流程制定管理规范，同时依照产业竞争态势及营运需求，拟定精简而能落地的支出核决权限及人事核决权限。此外，持续推展法规监控等工作。根据稽核部门之内部审计，未发现风险管理与内部监控上出现重大缺失。

## 助力「碳中和」

康师傅作为中国食品饮料行业的领军企业，积极响应国际、国内社会为应对气候变化、减少温室气体排放的号召，开展节能减碳行动，助力「碳中和」进程。

2021年，康师傅开展了首次碳盘查专案工作，全面厘清、计算了范围一、范围二的碳排放数据，并对价值链上、下游的主要范围三碳足迹进行了确定。此次碳盘查工作使得本集团较清晰地掌握了产品和服务碳足迹，为后续制定减碳目标和设定减碳路径打下了基础，也让更多的员工了解了减碳相关知识。

在碳盘查工作的基础上，康师傅结合自身历史运营情况和未来业务规划，订立了公司环境发展目标，包括降低能耗和水耗的目标、减少排放物和废弃物的目标。未来，本集团将继续积极开展相关行动，努力达成环境目标，并定期进行检视。

此外，康师傅主动识别和评估气候变化议题可能会对公司生产和运营带来的影响和机遇，并积极采取应对措施。本集团识别出的主要风险为物理风险，是气候变化引发的极端天气、自然灾害而导致的生产、运输、储存和销售环节受阻、设备及人员损伤，以及生产原料供应和价格波动等。

## 品质坚守

康师傅将食品安全视为立身之本，严格遵守各项法律法规，持续提升企业风险管控水平、员工道德及专利能力，加强产品制程管理，竭力为建设「平安中国」提供高水平的食品安全保障。

2021年，康师傅持续加大食安领域投入，先后投入5亿元人民币设立「创新研发与食品安全研究中心」，该中心已获得国家认可委员会（China National Accreditation Service for Conformity Assessment, CNAS）资格认可，每年食安监控指标数量超过1,500项，检验次数超过350万次。公司食品安全与品质管控专业团队已壮大至超过1,800人，实现对产业链的全程监控。同时，公司积极引入外部顾问资源，重点强化食品安全/品质管理系统的升级与稳定运行。

本集团高度重视食安人才培养，从全国重点高校选拔食品专业优秀毕业生的同时，从全国各地工厂征选质量品控管理人员，以落实「食安第一」为目标，向员工提供食安标准与法规、分析检测、风险监测与评估稽核等领域的专项培训，进一步提高员工专业能力。

公司积极响应包括《国民营养计划（2017-2030年）》在内的各项国家营养健康政策，将营养健康纳入产品配方设计、产品革新、技术合作等各项研发活动中。2021年，康师傅研发的新品持续满足消费者对于营养健康的需求，通过技术创新推动产品减油减盐，推出多款低糖、无糖新品，包括「无糖版冰红茶」、「0糖0卡0脂的碳酸饮料「bubly微笑趣泡」等等。

此外，康师傅依托上海方便食品工程技术研究中心积极开展外部合作，利用国内外优质学术资源，推动食品安全技术的高端研发和研发成果转化，并积极为国家食品安全标准的制定与更新提供有益参考。2021年，公司继续推广「食品安全科普公益行」活动，参与第七届全国大众冰雪季活动等食安教育宣传活动，不断强化社会各界食品安全意识。

康师傅在食安管理与营养健康领域的付出收获了社会的广泛认可。2021年，康师傅获得「2020-2021年度中国方便食品行业优秀产品创新奖」「2020-2021年度中国方便食品行业最佳创新奖」「第十九届中国食品安全大会安全管理十强企业奖」「食品质量安全奖」等。未来，康师傅将始终把食品安全放在企业经营的重要位置，对接航天品质，为人民群众提供安全、美味、营养、健康的产品。

## 品牌提升

康师傅围绕年轻态消费群体喜好，不断创造多元有趣，且紧密贴合当下消费趋势的品牌活动，持续提升品牌形象。2021年，本集团迎合国风、国漫和国潮的新潮流、新热点，开展了一系列主题品牌营销活动，从产品、内容、互动三个维度开展共创，不断创新营销方式和渠道，提高品牌价值。公司与国内知名国风音乐人及热门综艺节目《中国潮音》合作，宣传康师傅「红烧牛肉面」经典浓郁的美味主旨，让经典历久弥新；康师傅方便面联合顶级国漫、国民手游等，推

出年轻态消费群体关注的「潮」流热点产品，激发圈层社交传播；公司在2022年春节期间以「加康加年味」为传播主题，寄托「家和安康」的美好寓意，积极传递品牌诉求。

康师傅不断变革商业模式，获取了多项营销类型奖项，持续深化品牌认可。2021年，本集团获得MMA China 媒介策略 Hero APP联合营销银奖、MMA Global UGC用户生成/影响力营销银奖等。



# 绿色运营

一直以来，康师傅秉持「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」的理念，积极承担保护环境的责任。2021年，本集团围绕节能节水、减排减碳、减塑与包装物管理、可持续物料采购等多个方面，提升公司环境管理水平，降低生态负面影响，积极践行绿色发展之道。

**节能节水方面**，康师傅各生产基地依据年初制定的规划安排，积极推进节能节水专案的实施。本集团制定多项内部管理制度，持续推进能源与资源使用的精细化管理，解析和诊断挖掘工厂节能、节水工作机会点，合理安排生产排程，汰换高耗能、高水耗的生产工艺和设备，组织开展相关员工培训，并将节能节水效果纳入相关岗位绩效考核体系。2021年，康师傅多家工厂荣获中国饮料工业协会评选的「节能优秀企业」及「节水优秀企业」荣誉称号。

**减排减碳方面**，康师傅严格遵守各项法律法规，制定内部管理制度，明确相关岗位的管理职责，优化生产工艺及设备，提升相关人员技能，减轻生产运营对环境的影响。2021年，本集团重点开展废弃深度处理、污水处理系统增容及维护、废气超低排放改造等专案行动，积极降低自身污染物排放量。

**减塑与包装物方面**，康师傅围绕产品生命周期的各个阶段，开展相关研究和探索工作，在满足产品质量要求的前提下尽可能减少塑料和包材使用，制定并实施专项方案。同时，本集团积极开展产品、废弃包装物的回收处置工作，并与协力厂商合作，将有价值的废弃物进行回收、二次加工和重复利用。2021年，康师傅饮品事业将废PET瓶制成环保再生商品，共计减少900余吨废弃塑料。



↓ 900 余吨  
康师傅饮品事业  
将废 PET 瓶制成环保再生商品  
共计减少废弃塑料

# 数字化转型

数字化转型对康师傅的企业经营和可持续发展具有重要意义。2021年，本集团围绕食安、生产管理、人力资源管理等多个领域推进数字化转型工作，持续提升公司管理水平。

康师傅积极布局数字化转型升级，充分利用数字化技术赋能生产、仓储、物流和销售等各个环节。2021年，本集团各事业继续推广LineView生产线在线监控及数据采集系统、物流运输管理系统（Transportation Management System, TMS）、高效消费者响应（Efficient Consumer Response, ECR）等，支持公司生产效率和节能降耗精进，实现生产阶段科学管控，提高供应链整体效率，响应物资保障需求。本集团持续推进食安数字化建设，完善全程追溯系统，规划上线实验室信息管理系统（Laboratory Information Management System, LIMS）、产品生命周期管理（Product Lifecycle Management, PLM）等信息系统，实现原料、成品流向的透明化管理。

同时，康师傅将数字化工具灵活运用于人力资源领域，不断简化管理流程，推动人力资源智能系统、小程序、工作流等运行，提升工作效率及员工体验，全面加速公司数字化转型。

在聚焦自身数字化转型的同时，康师傅致力于与供应链企业协作，促进行业的健康可持续发展。2021年，康师傅在第十八届中国ECR大会上，与60家具有较高影响力的企业联合发起《提高零供效率，绿色协同发展》倡议书，推动行业数字化合作共赢，全面绿色转型。

# 员工关怀

康师傅秉持「以人为本，文化为魂」的理念，严格遵守相关法律法规，努力保障每位员工的合法权益，倡导落实员工关怀，致力于为员工提供良好和谐的工作环境，实现企业发展与员工成长的共赢局面。

本集团积极制定并落实安全生产和职业病防治的保障性制度，并采取多项措施，全方位、多角度地保障员工的健康与安全，包括提供齐备的防护用具、定期组织健康体检和安全实操演练、进行安全教育和技能培训、组织安全监督检查等。在新冠疫情常态化防控的当下，公司积极配合疫情防控部门要求，严格落实信息登记、环境消杀、健康监测等工作，打造安全职场。

同时，康师傅重视员工的成长与进步，致力于塑造「勤、廉、能」的全方位优秀人才，并建立了完善的培训体系和制度。本集团为员工提供定制化、多元化的培训课程和机会，协助员工提升职业素养和技能，增强职场竞争力。2021年，本集团持续优化线上学习模式，丰富学习资源，累计培训总时长72.89万小时，人均受训时长达125.14小时。

一直以来，康师傅深刻理解企业文化建设的重要性，注重将正确的价值观与实际工作结合，提升员工对企业文化建设的认同感和归属感。2021年，本集团共召开七次重大文建委员会会议，将文化建设内容植入各层级主管培训当中，组织1,500余次文化建设推广活动，并在各事业内部开展优秀员工评选活动，为员工树立榜样作用。同时，我们积极了解员工心声和反馈，启动「为自己发声，为未来点赞」6万名员工全员文化氛围调研项目，不断优化和推进文化建设工作。

**>72.89万** 小时 累计培训总时长  
**125.14** 小时 累计人均受训时长



# 持续回馈

**8,730万**元

本年度，康师傅支持社会发展

康师傅作为行业领先品牌，重视企业与社会和谐共融，始终积极参与社区建设和公益活动，助力社会传播可持续发展理念，为社会创造更美好的价值，实现公司与各利益相关方的共同发展。

**27.3万**小时

参与志愿服务

2021年，本集团秉持「永续经营，回馈社会」的宗旨，围绕食安科普、水教育、支持体育事业、关爱社会、助力「三农」、深化校企合作等多个领域开展行动，积极担当社会责任，为服务社会贡献力量。本年度，康师傅通过各种渠道和方式共投入约8,730万元人民币支持社会发展，参与约27.3万小时志愿服务，获取2021中国企业社会责任优秀案例奖、2021「绣花精神」新时代榜样公益慈善精神奖等奖项，获得社会各界的认可。



# 提升可持续发展进程， 畅享「欢乐饮食，美好生活」

康师傅以「弘扬中华饮食文化」为使命，以「成为受尊崇的企业」为愿景，秉持「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」的可持续发展理念，与利益相关方密切沟通，积极履行社会责任。

可持续发展理念	16
可持续发展管治架构	18
支持联合国可持续发展目标与倡议	19
利益相关方沟通和关键议题 重要性评估	22



# 可持续发展理念



康师傅以「弘扬中华饮食文化」为使命，以「成为受尊崇的企业」为愿景，秉持「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」的可持续发展理念，与利益相关方密切沟通，积极履行社会责任。我们不断探索并精进自身在环境、社会及管治（以下简称「ESG」）领域的绩效表现，致力于将企业价值与利益相关方分享，提升社会福祉，与利益相关方共同畅享「欢乐饮食，美好生活」。康师傅深信「可持续发展才是好发展」。2021年，结合国家「新发展理念」和「十四五」规划，我们将「健康中国」、「重视食安」和「可持续发展」作为企业年度主轴，围绕食品安全、营养健康和节能减排开展了一系列工作。

我们不断探索社会的实际需要，将利益相关方的根本诉求与自身产业特征深度结合，将**食安建设**、**产品责任**、**节能环保**、**伙伴共赢**与企业贡献作为**ESG五大核心任务**，积极发挥产业优势，不断加大投入，以期在企业可持续发展领域持续作出创新贡献。



# 可持续发展管治架构

2021年，康师傅将原企业社会责任委员会升级为可持续发展委员会。可持续发展委员会由公司董事长、行政总裁担任主任委员，由经营发展委员会成员担任委员，下设饮品资源、方便面资源、产品研发、沟通传播四大工作组。委员会在明确企业ESG战略及发展方向的基础之上，指导工作实施和绩效评估，定期对工作目标、报告披露以及相关重大事项进行审议与决策，并向董事会汇报工作进展。各工作组均按照年度工作计划持续推进相关专案的实施，并定期向可持续发展委员会及公司高层汇报工作进展。

▪ **饮品资源工作组：**专注于减塑与包装物管理，积极推进饮品PET瓶减重、轻量瓶盖、纸质吸管替换等专案。

▪ **方便面资源工作组：**专注于节水、节能及减排管理，重点推动油锅废气回收、锅炉减排及水资源循环利用等专案，提升公司能源管理水平。

▪ **产品研发工作组：**注重健康营养产品的研发与拓展，积极推进减盐、减糖、减脂及营养强化等研究专案，满足消费者对于营养健康的需求。

▪ **沟通传播工作组：**聚焦于提升公司可持续发展影响力，协同各工作组，从重视食品安全、健康中国及可持续发展三个方面出发，组织健康饮食宣传及健康科研合作等活动，并持续推动全面碳排查专案。

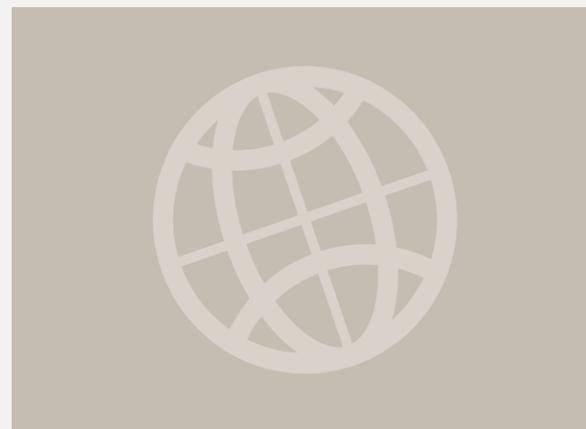
同时，康师傅逐步推进「事业自主」的ESG管理模式，进一步发挥各事业产业优势，提升ESG管理的针对性与落地性，为贯彻「家园常青，健康是福」的可持续发展理念持续努力。



康师傅PET可持续发展项目荣获「中国企业ESG最佳社会(s)案例奖」



第四届上海进博会「COP26绿色低碳经济转型」论坛现场



▲ 康师傅获得公司管治与环境、社会及管治(ESG)卓越奖



▲ 康师傅荣获「实现可持续发展目标2021企业最佳实践(可持续生产和消费)」证书

# 支持联合国可持续发展目标与倡议

康师傅始终以全球性的眼光审视自身发展战略和日常运营管理，积极回应并支持联合国可持续发展目标(Sustainable Development Goals, SDGs)，致力于与各利益相关方携手，共同创造更美好的饮食生活。

2021年5月，继2020年入选联合国开发计划署(United Nations Development Programme, UNDP)发布的中国企业可持续发展报告优秀案例后，康师傅作为成员企业正式加入联合国全球契约组织(United Nations Global Compact, UNGC)，承诺履行以联合国公约为基础的涵盖人权、劳工标准、环境和反腐败领域的全球契约十项原则，进一步拓展本公司可持续发展影响力。我们将以加入UNGC为重要契机，以更加严格的标准要求自身，把握可持续发展的机遇。10月，本集团凭借上海迪士尼度假区PET空瓶回收的可持续发展项目，荣获2021财联社·ESG高峰论坛「中国企业ESG最佳社会(s)案例奖」。11月，康师傅参加第四届上海进博会「COP26绿色低碳经济转型」论坛，分享公司在带动产业链上下游绿色低碳转型的最新成果及科学减碳道路上遇到的挑战和机遇。12月，本集团凭借在环境、社会及管治(ESG)领域的卓越表现，荣获香港上市公司商会及香港浸会大学公司管治与金融政策研究中心联合颁发的香港公司管治与环境、社会及管治(ESG)卓越奖，成为多年来首个获得该奖项的食品饮料企业。2022年2月，康师傅荣获全球契约中国网络颁发的「实现可持续发展目标2021企业最佳实践(可持续生产和消费)」证书。

康师傅可持续发展 核心任务 对应关键 SDGs	食安建设	产品责任	节能环保	伙伴共赢	企业贡献
<p><b>我们的行动</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>完善内部食安管理体系，推进数字化建设</li> <li>加大食安领域投入，增加食安监控指标</li> <li>创新食安技术，提升产品品质</li> <li>重视食安领域人才培养和团队建设</li> <li>增加与跨区域伙伴、同业技术交流合作，共同提升整体行业食安水平</li> <li>开展食安宣传活动，传播健康理念</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>完善内部食安管理体系，推进数字化建设</li> <li>加大食安领域投入，增加食安监控指标</li> <li>创新食安技术，提升产品品质</li> <li>重视食安领域人才培养和团队建设</li> <li>增加与跨区域伙伴、同业技术交流合作，共同提升整体行业食安水平</li> <li>开展食安宣传活动，传播健康理念</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>向消费者提供安全、营养、健康的产品，满足消费者多样化需求</li> <li>全方位保护消费者隐私与信息安全</li> <li>聆听消费者诉求与建议，提升服务质量与效率</li> <li>通过负责的标签、广告及知识产权管理，塑造产品形象，提升品牌影响力</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>基于自身运营实际，设立环境管理目标</li> <li>严格控制污染物排放，积极开展节能节水工作，推动低碳转型</li> <li>优化、减少产品包装物的消耗和使用，并对废弃包装物进行回收、二次利用</li> <li>关注气候变化风险，建设可持续供应链</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>加强供应商环境与社会风险管理，要求承诺遵守康师傅「九个必须项要求」</li> <li>推进供应链数字化管理，范围覆盖价值链上下游各环节</li> <li>与合作伙伴分享智慧商圈大数据和消费者洞察资讯，向供应商提供技术支持和辅导，带动技术升级</li> <li>打造多元化员工队伍，创造和谐的雇佣关系，保障员工合法权益</li> <li>持续加强健康安全管理体系建设，落实安全生产与职业病防治措施</li> <li>助力员工职业发展，为员工创造学习机会</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>投身社会公益事业，推广可持续发展理念</li> <li>聚焦社会急难事件，积极提供爱心援助</li> <li>服务乡村振兴战略，加大农村经营扶持力度</li> <li>深化校企合作，为社会培养优秀人才</li> </ul>
<p><b>2021 年主要绩效</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>建设设立的「创新研发与食品安全研究中心」(Food Safety Quality Assurance, FSQA) 已获得国家认可委员会 (China National Accreditation Service for Conformity Assessment, CNAS) 资格认可</li> <li>超过 90% 的方便面事业正常运营工厂通过 SGS 和 CQC「方便面加工用油全程质量体系」审核，全部的康师傅饮品事业、百事饮品事业正常运营工厂均通过 ISO 22000、FSSC 22000 和 HACCP 三体系认证</li> <li>持续完善全程追溯系统，实现原料、成品流向的透明化管理</li> <li>与上海交通大学、江南大学等高校，以及中国 CDC 营养所、中国食品科技学会 / 中国饮料工业协会、国家市场监督管理总局等开展合作</li> <li>连续 8 年举办食品安全宣传月主题活动</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>开发了植物基肉，研发出「玉米鲜蔬面」及「乌冬面」等 24 个产品品类配方，使其更具营养与健康品质</li> <li>完成「冰红茶」、「冰糖雪梨」、「茉莉蜜茶」等产品的减糖研发及无糖「冰红茶」、无糖「冰红茶 (含膳食纤维)」的新品开发工作</li> <li>年度客诉满意解决率达 97.3%</li> <li>全面落实知识产权管理措施，积极开展维权行动，组织开展员工宣传与培训</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>组织开展首次碳盘查专案工作，盘查范围涵盖价值链上下游</li> <li>将废 PET 瓶进行回收，制成再生涤纶布料、包装塑料等环保再生商品，共计减少 900 余吨废弃塑料量</li> <li>采购的纸箱、纸盒等纸类供应商 100% 拥有森林管理委员会 (Forest Stewardship Council, FSC) 证书</li> <li>方便面事业 36.8% 的棕榈油供应商已获得可持续棕榈油圆桌倡议组织 (Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) 认证，康师傅饮品及百事饮品事业 30% 的白糖供应商获得可持续白糖 (Bonsucro) 认证，康师傅乳制品供应商已获得 Toitū Envirocare 认证</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>针对 876 家供应商的环境、社会类风险进行了评估</li> <li>继续推广实施供货商管理 (Supplier Relationship Management, SRM) 系统，培训上游供货商和康师傅供应链相关人员</li> <li>持续推进人力资源数字化管理</li> <li>提供定制化、功能多样的培训课程与项目，累计培训总时长达 72.89 万小时，人均受训时长达 125.14 小时</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社区投资约 8,730 万元，员工志愿活动时长约 27.3 万小时</li> <li>继续开展食安航天科普、水教育、体育膳食合作等公益活动</li> <li>持续开展面向全国范围奖学金项目，推动康师傅图书室计划，关爱留守儿童教育</li> <li>第一时间参与遭受暴雨、台风、地震等灾害影响地区救援与物资援助工作，传递温暖与关怀</li> <li>河北省康保县康巴诺尔地区建立「环境友好蔬菜基地」，已累计帮助该地区建立蔬菜基地 20 万亩，收购农产品约 50 万吨，带动约 15 万农户就业</li> <li>在全国范围内与 35 所高校、78 所职校建立校企合作关系</li> <li>新增清华大学为战略高校合作伙伴，深化与北京大学元培学院、北京大学医学部、早稻田大学合作关系</li> </ul>	

未来，我们也将持续采取多项行动，积极贯彻落实联合国可持续发展目标，为实现个人、家庭、社区、国家和地球的可持续发展而不懈努力，做出更多的贡献。

# 利益相关方沟通 和关键议题 重要性评估

康师傅通过多种渠道与各利益相关方持续沟通，积极了解利益相关方对我们的期望和要求，力求在企业经营业务发展的同时，切实满足利益相关方需求。公司会根据利益相关方的期望和要求，不断发展、完善和提升自身管理水平，努力实现企业的可持续发展。

2021年，在与利益相关方沟通的基础上，康师傅重新审视并确认了各项可持续发展关键议题对于公司经营发展及利益相关方的重要性水平，并将评估结果以关键议题重要性矩阵的方式呈现，并据此结果在本报告中对各项议题予以回应。

## 利益相关方的期待与回应

利益相关方说明	沟通与响应方式
<b>股东及投资者</b> 对康师傅进行合法股权、债券投资的国内外投资人	股东大会、企业年报、业绩公告、路演等
<b>员工</b> 与康师傅签订正式劳动合同及常年服务于康师傅业务的人员	员工活动、职代会、员工培训、员工手册、企业内部刊物等
<b>经销商 (含客户)</b> 合法经营康师傅旗下各品牌产口的企业、商铺或个体商户	产品展览、行业调研、客服热线及满意度调查等
<b>供应商</b> 向康师傅合法供应生产物料、辅料及办公必须品等的企业、商铺或个体商户	公开招投标会议、战略合作谈判、交流互访等
<b>政府及监管机构</b> 地方政府部门及食品、税务、环保、安全、证监会等监管机构	考察接待、文件报送、政策执行、信息披露等
<b>媒体</b> 与康师傅建立合法合作关系的报社、电视台、网络公司及其他相关媒介机构	企业经营访谈、文化宣传、特色专题活动等
<b>社区及公众</b> 运营所在地社区，社会公众、与非营利组织等	社区活动、员工志愿者活动、公益活动、社会事业支持等
<b>高校及科研机构</b> 与康师傅建立合作关系有大学、学院、研究所等机构	企业招聘宣讲、员工进修、研讨会、学术交流及科研合作项目等

## ESG 关键议题的重要性水平

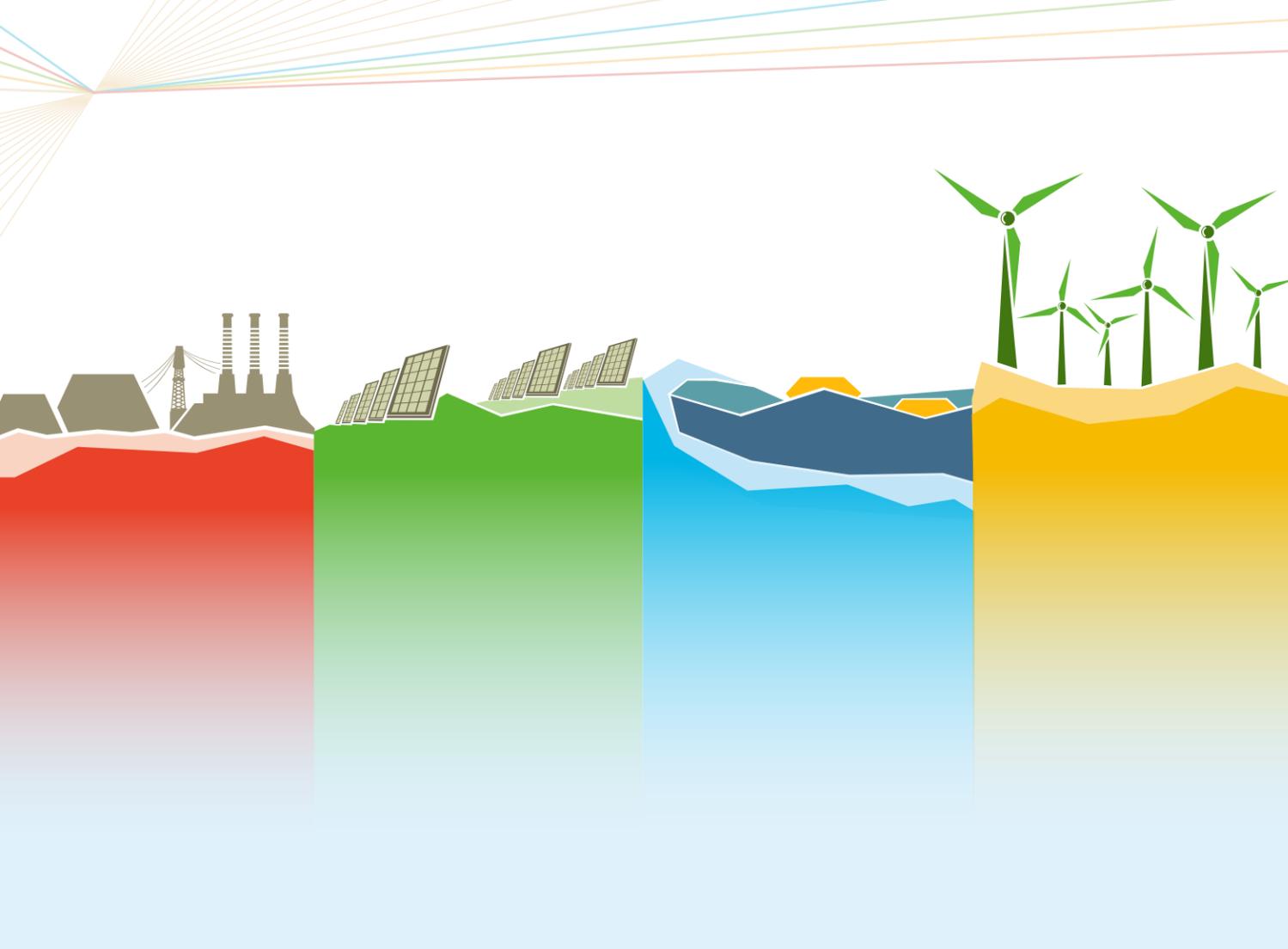


# 专题：迈向「碳中和」， 引领「欢乐饮食，美好生活」

气候变化议题是国际社会关注的重大议题，减少温室气体排放，降低气候变化风险，探索气候变化机遇，已经成为国际社会共识。中国在第七十五届联合国大会一般性辩论上宣布，中国二氧化碳排放力争于 2030 年前达到峰值，努力争取 2060 年前实现碳中和，展现了负责任大国的担当，各行各业逐步开展减碳工作，助力国家实现「碳达峰」与「碳中和」的目标。

组织碳盘查，识别碳足迹	26
设定环境目标，开展减碳行动	28
应对气候变化	29





康师傅作为中国食品饮料行业的领军企业，在自身运营过程中贯彻节能降耗理念，并利用数字化工具对自身产生的环境影响进行记录和分析。在拥有完善数据基础的前提下，本年度康师傅开展了碳盘查专案，明确自身的碳排放情况，盘查覆盖范围一、二和三的碳排放范畴，并结合碳排放盘查结果订立了包括能源消耗、温室气体排放等方面的环境目标。

同时，康师傅积极识别气候变化对自身产生的影响，评估相应影响所带来的风险和机遇，并制定相应的应对措施，为缓解气候变化影响贡献力量。

## 组织碳盘查 识别碳足迹

「碳达峰」  
「碳中和」

在国家提出「碳达峰」「碳中和」目标的背景下，为更好地厘清自身的碳排放情况，公司于2021年中旬开展了首次碳盘查专案工作，盘查范围涵盖康师傅价值链上下游，全面计算了范围一、范围二的碳排放数据并对价值链上、下游主要范围三碳足迹进行确定。在这次盘查工作中，我们应用LCA（Life Cycle Assessment，产品生命周期）方法学，依据国家发改委和IPCC（Intergovernmental Panel on Climate Change，联合国政府间气候变化专门委员会）国家温室气体排放清单指南等通用标准和规范，开展现状调研，制定相应的数据收集和汇总方式，将康师傅自身范围一、二温室气体排放以及范围三（包括农产品及包材采购、运输配送、员工差旅通勤、产品仓储物

流、产品消费和最终处置等）进行了核算。此次碳盘查工作使我们较全面地掌握了康师傅产品和服务的碳足迹，为我们后续开展减碳工作指明了方向，提供了线索，也为后续制定减碳目标和设定减碳路径打下了重要基础。同时，利用本次开展碳盘查专案的机会，我们对各业务相关人员进行了减碳方面的培训，让更多的员工了解减碳相关知识，更好的推动减碳工作的开展。

未来，康师傅将根据重点碳排放领域，结合实际情况，有针对性地开展碳减排工作，并逐步规划减碳实施路径，同时在价值链中承担引领角色，协同上下游伙伴和广大消费者共同迈向碳中和。

# 设定环境目标 开展减碳行动

在公司可持续发展理念「家园常青，健康是福（Keep Our Nature Green）」的指导下，我们基于自身生产运营的实际情况，结合对过往环境数据的分析和对未来企业发展的规划以及碳盘查专案的结果，订立了公司环境发展目标，具体包括：

## 能耗和水耗：

- 以2017年为基准年，2025年每百万元收益综合能源消耗（兆瓦时/百万元人民币）下降12%。
- 以2017年为基准年，2025年每百万元收益取水量（吨/百万元人民币）下降8%。

## 排放物：

- 以2017年为基准年，2025年每百万元收益温室气体（范围一、范围二）排放（吨/百万元人民币）下降18%。
- 所有工厂主要大气污染物（氮氧化物、硫氧化物、烟尘）排放浓度达到或优于国家标准。
- 废水（COD）排放浓度达到或优于国家标准。

## 废弃物：

- 主要生产型原料废弃物回收率（实际销售量/理论产生量）不低于97%。

康师傅将对上述环境目标的达成进度保持持续监督，定期检讨并汇报环境目标的完成情况。

↓ 12%

2025 年每百万元收益综合能源消耗下降

↓ 8%

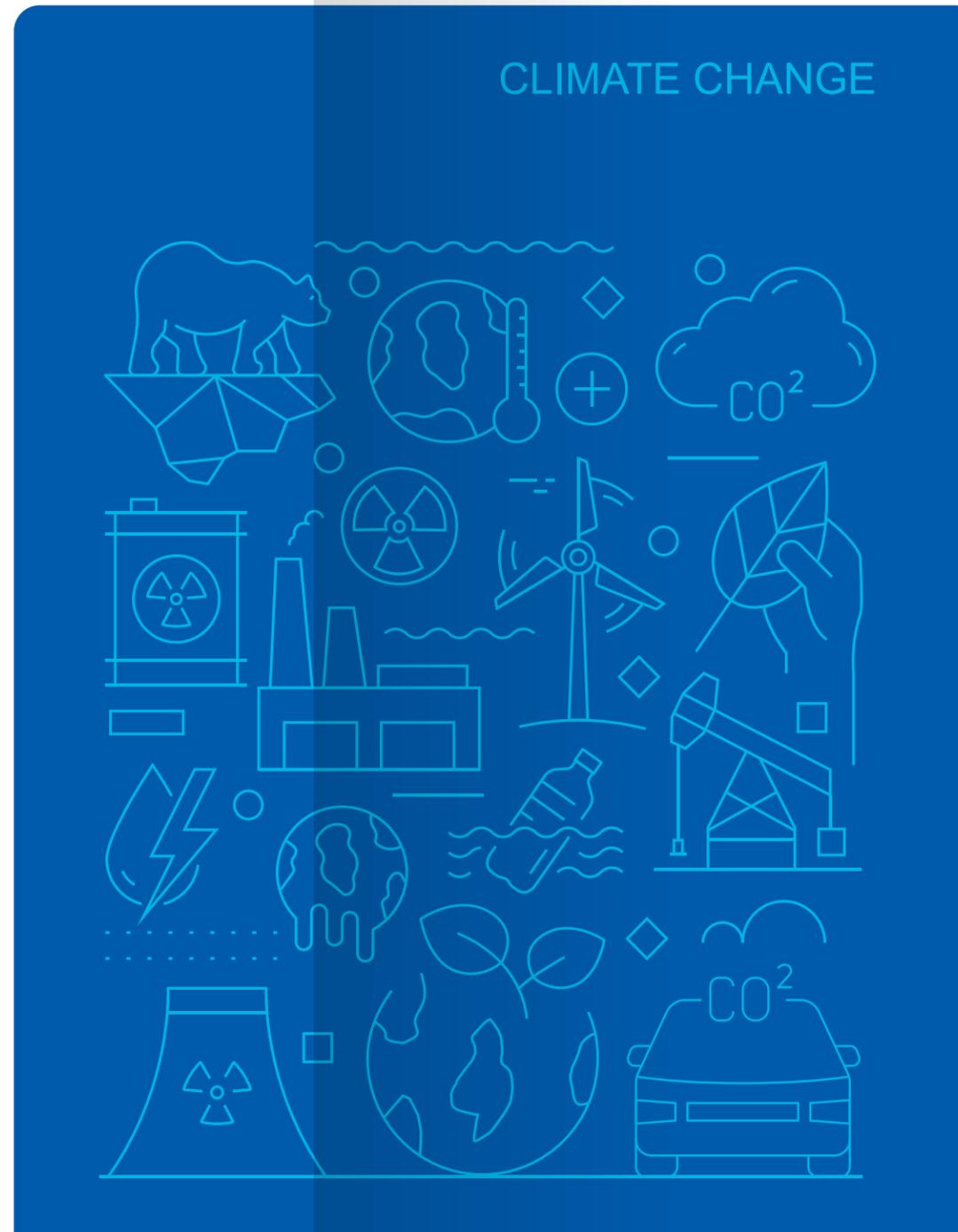
2025 年每百万元收益取水量下降

↓ 18%

2025 年每百万元收益温室气体排放下降

> 97%

生产型原料废弃物回收率



# 应对 气候变化

康师傅持续关注气候变化方面议题，积极评估气候变化对公司生产和运营带来的影响。我们识别气候变化带来的主要风险，主动思考和建立应对措施，同时我们也积极识别气候变化可能带来的相关机遇。

气候变化增加了包括洪涝、干旱、台风、暴雨、雪冻等极端天气发生的可能性。极端天气发生在公司运营所在地，可能对康师傅的产品生产、运输、存储和销售造成负面影响乃至财产损失，影响公司销售计划及收益。我们根据运营所在地的地理环境特征，综合分析各类自然灾害发生的可能性，识别出可能影响公司正常生产经营的自然灾害种类和危险程度，制定《自然灾害事故专项应急预案》，以便在重大自然灾害发生时，能及时按照预定方案进行处理并展开救援，在短时间内使灾害影响得到有效控制，保障员工人身安全及公司财产安全。我们亦关注天气动态，当发生极端天气预警时提前储备应急物资，保障各高压电房能源供应及给排水系统的稳定运行，以最大程度地减少损失。

极端天气可能造成供应商无法稳定地向我们提供原材料供应，同时可能造成农产品产量下降，从而引发生产原料价格波动，影响生产成本。为应对这类风险，针对同一原料，我们同时与多家合格供应商保持长期合作关系，确保供应商原材料供应布局的广泛性，缓解因极端天气原因造成的原材料供应中断风险。此外，我们积极开展原物料价格行情分析，识别受天气影响较大的原材料类型，对可能对其价格产生影响的天气因素保持关注，同时，我们在与供应商签订合同时会提前锁定价格以控制生产成本。

# 从安心走向营养与健康， 乐享「欢乐饮食，美好生活」

肩负「弘扬中华饮食文化」的企业使命，康师傅视食品安全为立身之本，秉承对食品安全风险零容忍的态度，凭借专业能力与先进设备，以「航天品质」保障从农田到餐桌的产品品质，确保消费者「舌尖上的安全」。

食品安全管控与建设	32
健康营养产品研发与拓展	36
健康理念传播	37



# 食品安全 管控与建设



食品安全是康师傅的安身立命之本，消费者对品牌的信任是以食品安全为基础的。我们严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关法律法规，持续通过提升企业风险管控水平，提高员工道德观念、专业能力，加强产品制程管理以成就良心事业。我们相信，建设「平安中国」必须提供高水平的食品安全保障。为此，我们在下述几方面不断发力，将康师傅食安管理工作水准推上高峰。

**1) 加大食安领域投入。**康师傅先后投入 5 亿人民币设立「创新研发与食品安全研管中心」，食安研管中心实验室已获得国家认可委员会 (China National Accreditation Service for Conformity Assessment, CNAS) 资格认可，每年食安监控指标数量超过 1,500 项，检验次数超过 350 万次。同时，公司食品安全与品质管控专业团队已壮大至超过 1,800 人，通过对原物料供应商外检、食安评估检验、原物料进货检验、制程检验、成品出厂检验、产品市场抽检等全流程的检测检验，实现对产业链的全程监控。

**2) 完善内部食安管理体系。**公司积极引入外部顾问资源，强化食安中心实验室数据权威性，加强一线监测人员基本功建设，提高对产品品质指标的监测频率，建立食安研管中心实验室 / 事业品保本部实验室 / 工厂检验室三级布局的产品质量抽检体系，重点强化食品安全 / 品质管理系统的升级与稳定运行。我们严格遵守相关法律法规要求及《食品安全国家标准 方便面》(GB 17400)《食品安全国家标准 饮料》(GB 7101-2015) 等国家标准，定期安排产品送检至有资质的第三方检测机构进行检验检测。以「红烧牛肉面」和「冰红茶」为例，2021 年，我们委托有资质的第三方检测机构开展理化指标、营养指标和微生物指标等方面的食品质量检验检测，综合检验结论显示均满足相关法律法规和标

## 5 亿元

康师傅先后投入 5 亿人民币设立「创新研发与食品安全研管中心」

## >1,500 项

每年食安监控指标数量

## >350 万次

每年食安监控检验次数

## >1,800 人

食品安全与品质管控专业团队



▲ 2021 康师傅食品安全宣传月启动仪式现场

准的要求。同时，依据《市场产品品质检核管理办法》《方便面事业市场产品检核作业办法》等管理制度，我们每月委托第三方公司在市场流通环节抽取产品样品，由各事业品保部门组织相关检测人员进行外观、理化、感官、口感、口味等十余项质量指标检测并评分，并将检核状况反馈至生产工厂进行分析、改善，形成闭环管理，持续提升产品质量。

**3) 持续完善食安管理体系建设工作。**2021 年，方便面事业全部正常运营工厂通过 FSSC22000 (Food Safety System Certification) 食品安全认证体系认证，并保持体系良好运行。超过 90% 正常运营工厂通过第三方认证机构通标标准技术服务有限公司 (Standard Global Services, SGS) 和中国质量认证中心 (China Quality Certification Center, CQC) 「方便面加工用油全程质量体系」审核，确保产品用油安全。此外，方

便面事业继续健全基于美国烘焙技术研究所 (American Institute of Baking, AIB) 审核标准的「AIB+」内部审核条款，将位于天津和杭州的工厂建设为 AIB+ 示范工厂，通过标杆管理模式，带动所有生产基地共同提高食安管理水平。康师傅饮品事业和百事饮品事业全部正常运营工厂均通过 ISO22000 (食品安全认证体系)、FSSC22000 (食品安全认证体系) 和危害分析与关键控制点体系 (Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP) 三体系认证。其中，全部的瓶装水工厂通过美国国家卫生基金会 (National Sanitation Foundation, NSF) 年度认证，全部百事饮品事业工厂参与了 AIB 食品安全年度审核并成功通过。另外，杭州顶津工厂通过 CNAS 微生物实验室认证。糕饼事业部工厂取得 ISO9001 (质量管理体系) 和 ISO22000 (食品安全管理体系) 认证，体系运行正常，通过 2021 年度体系监督审核。

**4) 开展食安宣传月活动。**康师傅连续 8 年举办食品安全宣传月主题活动，围绕「减浪费、筑防线、守安全」的活动主轴，全员参与，开展内外食安宣传活动五百余场，并举办食安相关考试，以实际行动积极响应并落实中央「食品安全主体责任年行动」及市场监管总局「反对食物浪费」号召。同时，我们定期对员工开展食安培训，涉及法律法规、良好生产规范（Good Manufacturing Practice, GMP）要求、供应商管理、质量控制等方面，并开展食安知识竞赛 / 岗位技能比武等活动，提高全员食品安全意识，加强质量与食品安全文化建设。

**5) 推广「食品安全科普公益行」。**康师傅高度关注青少年儿童食品安全科普工作，通过举办「中小校园食品安全公开课」，助力青少年在轻松有趣的气氛里学习食安知识；举办「食品安全科普挑战答题赛」，让食安知识通过游戏化、竞技化的趣味形式来呈现，总答题人次超 400 万人。于 2021 年全国食品安全周举办的「未成年人食品安全如何守护分论坛」上，康师傅与社会各界共同探讨未成年人食品安全问题，发动上下游合作伙伴一起通过科技赋能、科技共享的方式，巩固守护未成年人食品安全的防线。

**6) 推进食安数字化建设。**康师傅持续完善全程追溯系统，通过持续的体系改造和科技化精进，使食安追溯系统的执行效能不断得到提升，实现原料、成品流向的透明化管理。公司通过与供应商和客户合作，在专业机构指导下，强化产品上下游追溯能力并开展试点应用。此外，康师傅先后规划上线实验室信息管理系统（Laboratory Information Management System, LIMS）、产品生命周期管理（Product Lifecycle Management, PLM）和商业智能（Business Intelligence, BI）等数字化信息系统，进一步落实加深了信息化管理。

**7) 开展外部合作，提升社会食安治理水平。**基于康师傅的行业地位和先进食安技术，

公司获批上海方便食品工程技术研究中心，承担食品安全检测、研发、科普培训及为社会提供权威、公正的第三方服务等职责。依托这一平台，康师傅利用国内外优质学术资源，推动食品安全技术的高端研发和研发成果转化，并积极为国家食品安全标准的制订与更新提供有益参考。公司联合创新研发中心经上海市商务委认定为外资研发中心。康师傅与上海交通大学等高校持续开展食品安全、产品应用开发等产业化研究合作，与中国疾控中心营养与健康所、江南大学、南开大学等机构开展食安合作，助力社会食安治理水平的提升。此外，公司还积极参与中国食品科技学会 / 中国饮料工业协会、国家市场监督管理总局、国家食品安全风险评估中心的多项标准制定工作。本年度未出现产品及服务因安全与健康理由召回的情况。

**8) 重视食安人才培养。**我们从全国重点高校选拔食品专业优秀毕业生，努力培养复合型行业人才。同时，公司从全国各地工厂征选质量品控管理人员，为他们提供食安标准与法规、分析检测、风险监测与评估稽核等领域的专项培训，并引导各事业生产供应链部门与品控部门的人员在工作中落实「食安第一」的理念，以成就全员食安管理的目标。

**9) 引领行业健康发展。**康师傅整合工厂管理资源及地域管理能力，积极与当地市场监管及消费者协会合作，主动对重点供应商进行监管。针对初期农产品加工产业尚未形成管理规范的现状，康师傅主动与协会、学会合作，积极推动初级农产品加工行业及后段加工产业的改革，促成工信部立项建立产业标准，推进初级农产品加工和食品加工产业升级，为行业健康发展做出积极努力。

「重视食安」

# 健康营养产品 研发与拓展

党的十九届五中全会从党和国家事业发展全局的高度，提出了到2035年「建成健康中国」的远景目标，对「十四五」时期全面推进健康中国建设作出明确部署。作为中国食品饮料行业领军企业，康师傅深刻理解提升产品营养与健康的意义所在，并认识到随着持续的消费升级，消费者不再仅仅关注产品的方便快捷与安全美味，而越来越多地注重产品的营养、健康品质。

我们深刻理解「没有全民健康，就没有全面小康」。公司积极响应包括《国民营养计划（2017-2030年）》在内的各项国家营养健康政策，将营养健康纳入产品配方设计、产品革新、技术合作等各项研发活动中。2021年，康师傅研发的新品持续满足消费者对于营养健康的需求，通过技术创新推动产品减油减盐，不使用防腐剂、并减少添加剂的使用。我们开发了植物基肉并精进了「红烧牛肉面」配方，同时开发了「玉米鲜蔬面」及「乌冬面」等24个产品品类的配方，使其更具营养与健康品质。我们在「彩笛卷」产品中添加钙元素进行营养强化，增加了儿童钙元素的摄入，保障儿童的健康成长；在「妙芙阳光早餐蛋糕」产品中加燕麦、麦麸、紫薯等多种粗粮增加膳食纤维含量，并增加鸡蛋、果干等食材，降低蔗糖、油脂，使产品营养更均衡。基于在营养健康方面的不懈努力，康师傅「乌冬面」获得2020-2021年度中国方便食品行业「优秀产品创新奖」，油炸/非油炸方便面研究成果已被食品营养权威期刊《Frontiers in Nutrition》录用。

在饮品研发方面，我们致力于在主力品项配方及工艺上进行减糖和零糖的开发和调整，已完成「冰红茶」「冰糖雪梨」「茉莉蜜茶」等产品的减糖研发及无糖「冰红茶」、无糖「冰红茶（含膳食纤维）」的新品开发工作。



▲ 满足年轻消费者需求的小包装产品

康师傅致力于满足年轻消费者对小包装产品的需求，小包装产品更加便于携带和独享，且对环境更加友好。鉴于此，康师傅推出「大师级好汤杰作」「汤大师」杯面（55g面饼）、小包装「无糖茉莉花茶」（350mL）和小包装「无糖冰红茶」（330mL）等新品。其中，「汤大师」荣获2020-2021年度中国方便食品行业最佳创新奖。

在开展营养健康产品技术创新的基础上，康师傅还积极推动营养健康产品标准建设，参与国家和行业的标准化建设。其中，《热风干燥方便面》《速冻面条》两项团体标准已获得中国食品科学技术学会批准立项。

# 健康理念传播



▲ 自由式滑雪运动员徐梦桃展示定制产品

康师傅致力于弘扬中华饮食文化，并持续为消费者提供高品质、多样化的食品饮料产品，乐享健康方式，引领美好生活。我们全力支持并积极响应国家营养健康政策，持续联合多家伙伴开展相关研究，满足不同人群对营养与健康的需求，积极倡导合理膳食和吃动平衡的饮食理念，引导消费者做出适合自己的食物选择，与政府、业界伙伴一起推动实现广大消费人群的营养与健康。

本年度康师傅以「欢乐饮食，美好生活」理念为中国冰雪运动健儿助力，积极宣传运动营养膳食理念。2021年伊始，「新年康是福」主题视频也在全网暖心扩散，每一条视频都承载了对所有人新年身体健康的美好祝愿，拥抱健康新年。

2021年2月，康师傅参与第七届全国大众冰雪季活动，于北京首钢园冰雪汇中设立新年面馆，为冰雪爱好者提供专业、营养的膳食补给。2021年12月31日，康师傅举办「康师傅&中国冰雪定制功能型产品交付仪式」并正式向国家体育总局冬运中心（简称「冬运中心」）交付「第二代运动员定制产品——冠军食堂」。冠军食堂产品经过专业食物升糖指数检测（Glycemic Index, GI）并被认证为低GI产品，在运动前食用能有效提高人体运动耐力。此外，康师傅还特别为运动员人群开发了速达面馆体育定制面、冠军食堂高能牛肉营养面和轻食牛肉营养粉，满足运动人群增肌控重的需求。

「新年康是福」

康师傅成功举办「康师傅&中国冰雪定制功能型产品交付仪式」



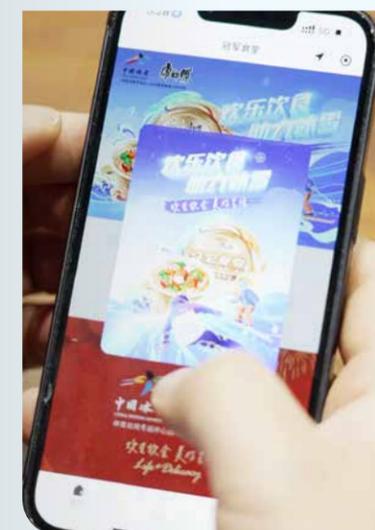
康师傅「第二代运动员定制产品-冠军食堂」



## 暖暖冰雪中国味

位于崇礼的康师傅冠军食堂后厨，自开业伊始，从除夕到元宵，工作人员在严格的闭环管理下，对外免费供应各类美味菜肴、营养蔬果以及各种康师傅产品。从制作到配送，工作人员竭尽全力为冰雪志愿者和中国冰雪工作人员提供美味营养的膳食保障。为了严格遵守冰雪盛会的闭环防疫规定，又尽可能满足更多人的需求，康师傅还专门上线了冠军食堂点餐小程序，快速下单点餐，方便又快捷。

第二代冠军食堂系列两款产品的热量摄入更合理、脂肪摄入更低，低GI特性还能提升运动耐力，所添加深色叶菜补充了高强度运动对人体维生素B1、维生素B2、烟酸等营养素的消耗。为了实现这一连串高指标，康师傅产品研发团队进行了数十次配方调整，产品打样200余次，为的是运动健儿在赛场不留遗憾。



冠军食堂制作到配送

# 秉持诚信合作， 共建「欢乐饮食，美好生活」

康师傅作为行业领军企业，高度重视消费者的需求，持续加强品牌营销及知识产权管理，致力于推动产业链协作及可持续发展，不断提升品牌形象与价值。

服务消费者	42
广告和知识产权管理	43
供应商 ESG 管理	44
反贪污和职业道德管理	46
品牌力突破	48





## 服务消费者

我们遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规的要求，注重聆听客户和消费者的声音，公司建立并保持畅通的沟通渠道以了解他们对康师傅的期望和诉求。公司设立了客服中心便于收集和反馈消费者和客户的建议、问询和诉求。我们通过400热线、企业门户网站、新浪微博等渠道对客户反馈进行收集。客服中心建立了《顾客服务管理程序》等规范化操作流程对客户反馈进行管理，客服团队需在规定时效内对客户反馈进行回复，持续追踪跟进直至结案，并需回访客户了解其满意度，确保客户提出的问题得以妥善解决。客服团队及相关业务部门定期对客户反馈内容进行梳理，针对共性问题，进行判断分析，形成优化解决方案。本年度，康师傅接获客户投诉13,401件，客诉满意解决率达97.3%。

我们在与客户沟通，提供高质量服务的同时也注意保障客户的隐私安全。我们依照《顾客服务管理程序》执行信息化、流程化管理，严格遵守客户信息保密原则。在客户信息获取和记录方面，我们不对客户重要敏感信息进行记录和保存。在信息访问方面，我们努力保障内部系统的数据安全，并实施账号登录权限设置，约束内部人员对消费者和客户信息的接触权限及使用条件，最大限度保障信息安全。



2021 年  
康师傅客诉满意解决率



## 广告和知识产权管理

康师傅持续加强品牌管理，确保公司与利益相关方沟通、推广和营销公司服务时，符合相关法律法规要求，展现公司的社会责任价值观。我们严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国著作权法》等法律法规，规范广告及标签内容，避免出现任何夸大、虚假宣传或误导消费者的推广内容，切实保障消费者合法权益。为确保宣传内容真实、合规，公司要求任何对外宣传资料及标签设计都需经过法务、研发、品保等多个部门审核，确认无误后方可对外发布。在品牌推广、产品营销环节，公司不断完善管控机制，鼓励合作伙伴及其他广告发布者、经营者诚信履约，公平参与竞争。我们重视建立并强化与消费者的互信关系，积极践行产品全生命周期的负责任营销实践，向消费者传递康师傅品牌精神与产品特色。在产品研发阶段，我们基于产品亮点制定《品牌手册》以精准定位产品营销方向及受众人群；在产品营销阶段，我们制定产品推广营销手册以规范产品推广活动，并依照相关法律法规审核产品标签及宣传物料的合规性，以避免误导消费者。此外，我们面向本部员工和基层员工组织并开展负责任营销相关培训。我们定期组织市场营销人员参与营销策略落地专项培训，开展月度与季度阶梯型培训和年度重点培训。我们每年定期对营销工作开展审计复核，进行月度自检并确保问题的妥善解决，结合年度自检和不定期的随机重点筛查完善对负责任营销的监督工作。

我们强调尊重及保护知识产权的重要性，注重知识产权的积累与运用。2021年，公司全面落实知识产权管理措施，积极开展维权行动。我们与多家专业机构合作，对专利、商标等知识产权进行全方位保护。对于公司核心商标，我们已在全球多个国家和地区申请了注册保护。我们通过设立海关知识产权监控防线、及时向相关机构注册备案、检索知识产权信息并开展相关分析等方式，在保护企业自身知识产权的同时，也防范和避免直接或间接侵犯他人知识产权。我们亦对员工开展相关宣传与培训，培养员工知识产权保护意识，以整体提升公司知识产权保护能力，维护品牌形象。

# 2021 年

公司全面落实知识产权管理措施，  
积极开展维权行动。

# ESG

## 供应商 ESG 管理

作为价值链的核心企业，我们深刻理解自身行为对供应商的引领和带动作用。公司已建立了完善的供应商管理制度体系。我们通过不断精进供应商管理能力，致力于携手供应链伙伴共同为广大消费者带来高品质的产品。

在供应商聘用方面，康师傅根据供应商的类型制定相应供应商开发办法，明确供应商引入流程和要求，建立供应商基本信息档案并对其资质依照《供应商评鉴-资料评鉴表》进行评估。通过开展供应商现场审核，对其厂区环境、厂房及设施、生产及品质管理情况、废弃物排放、环境及职业健康安全水平进行考察和评价。为评估供应商食安管理水平，我们在实地考察阶段进行抽样检查，同步使用第三方检测机构外检和康师傅自检的方式进行严格筛选，确保其满足国家食安相关标准及康师傅内部食安管理要求。上述各评估环节均合格者方可成为康师傅合格供应商。

在供应商日常管理方面，康师傅制定了完善的供应商考核作业办法，对各供应商的供货品质、交期、服务、配合度等方面进行全面评核，根据月度、年度考评结果对供应商实施奖惩。在供应商环境与社会风险管理政策与实践方面，我们持续推进供应商伙伴对《康师傅供应商环境与社会合规基础协议书》的认识和理解，将环境、社会类的评估要求加入到供应商考核范畴中，要求供应

商满足运营地环境、社会相关法律法规要求，同时对符合环境及社会范畴的「九个必须项要求」进行承诺，包括最低就业年龄、强迫性与束缚性用工、商业道德、严重的环境污染、严重的健康或安全隐患、工作时间、工资、员工工伤保险以及食品安全等。此外，我们与供应商签订《反商业贿赂承诺书》，致力于打造透明、廉洁的供应商合作关系。截至本报告期末，我们对876家供应商的环境、社会类风险进行了评估。

本年度，我们开展了细分原料供应商的产品安全及质量保证培训，如针对脱水蔬菜供应商开展异物管控专项培训，培训内容涵盖异物来源、异物识别、异物控制方案等内容；针对酸菜包供应商开展全过程质量管控辅导，培训内容涵盖芥菜基地管理、腌制过程管理、异物管理等内容；针对农产品供应商开展了《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》(GB2763-2021)及《中华人民共和国农业农村部公告第536号公告（禁用农药）》的培训；针对梅子供应商，开展了《水果制品生产许可审查细则（征求意见稿）》的培训，使供应商进一步了解并执行年度质量安全相关的法律法规和行业标准的最新要求，以增强其产品质量保证的管理能力。此外，我们还对原料供应商开展了《食品生产经营监督检查管理办法》宣导，敦促其落实供应商食品安全主体责任，提升其产品安全及质量保证相关意识。



康师傅已将数字化理念贯穿于采购、运输、生产等供应商管理体系中，通过推广实施供应商管理（Supplier Relationship Management, SRM）系统，实现发布招标、供应商引入、底价签批、采购招投标、决标审批等整个招标作业流程的数字化管理，达成无纸化作业，以数字化传输的形式替代数据的手工录入，减少系统重复数据，大幅提升了工作效率及准确性。我们对供应商和康师傅供应链相关人员开展SRM系统的培训，增进受

训人员对系统功能的理解，并持续提升该系统的利用效率。同时，我们继续推动实施物料需求计划（Material Requirement Planning, MRP），自动计算原物料需求，减少人工计算原物料需求计划的人力成本并提升准确性。我们按照计划进行采购，合理安排生产线作业，实现平稳生产，避免产线超负荷或闲置运行，增加排产的灵活性，提高生产效率。

### 按地区划分的供应商数量

供应商所在地区	供应商数量
中国大陆地区	916
港澳台地区	4
国外地区	6



# 反贪污 和职业道德管理

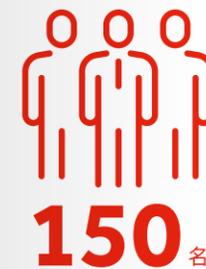
康师傅致力于营造廉洁的工作环境。公司严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反洗钱法》等法律法规，制定《员工廉洁自律行为管理办法》《员工奖惩管理办法》《合约检审作业办法》等反贪污相关管理制度，不断完善公司反舞弊机制建设，禁止董事及所有员工从事任何违法或不道德的经济行为并从中牟取利益，对一切贪污腐败、贿赂、勒索、欺诈及洗黑钱等行为保持零容忍态度，全面落实日常监督审查工作。

为提升公司合规经营管理水平，公司与员工及供应商均签署《反商业贿赂承诺书》，明确要求员工及供应商不行贿、不受贿。公司亦持续建设和倡导企业廉洁文化，强化监督制约和宣传教育机制，不断培养董事及员工的廉洁意识。2021年，我们在线上学习平台上发布了学时为30分钟的《员工廉洁自律行为管理办法》培训课件，对150名来自各事业的一线查核人员开展集中培训，并将该制度纳入每季度新员工内控制度现场培训内容中，强化其廉洁自律和合规意识。通过新员工培训、企业微信号宣传、线上学习平台等多样化的培训形式，我们对员工开展反舞弊宣导，强化商业道德认知，营造阳光文化与廉洁氛围。公司以「我们是有原则的康师傅」为主题制作廉洁文化宣

导视频，通过企业微信及康师傅大楼电梯间循环播放等形式，对全体员工进行内控及廉洁文化宣导，该视



频企业微信浏览量高达1,710人次并收到大楼员工的留言回复。我们持续推进廉洁文化建设，确保反贪污、反舞弊等商业道德内容的培训覆盖全部员工。针对高级管理层，我们通过邮件的形式分享公司《稽核舞弊调查报告》，并定期为董事会提供反贪污、反舞弊工作相关进展的汇报和培训，引导董事会及管理层关注重点舞弊风险领域，推动监督管理的改善。2021年11月，我们为董事会提供了关于年度反贪污、反舞弊相关进展的汇报和培训。



来自各事业的一线查核  
人员开展集中培训

康师傅检举受理官网:

<https://www.masterkong.com.cn/contactus/index.shtml>

康师傅《检举受理原则及奖励规定》:

<https://www.masterkong.com.cn/contactus/20150527/32285.shtml>

康师傅向员工提供针对商业贿赂、舞弊等违法违规行为的举报邮箱及举报热线，鼓励内外部人员互相监督，共同参与到公司商业道德及合规文化的建设当中。我们制定《检举作业程序》，规范举报处理流程、奖励原则及保护举报人的相关要求，严格禁止对举报人任何形式的打击报复，确保检举信息的有效传递。我们于公司官网公布了《检举受理原则及奖励规定》及检举专线电话与邮箱，鼓励员工、供应商及各方参与实名检举。根据国家相关法律法规及公司内部规定，我们对检举人信息严格保密，如有泄露检举人信息的情形，经查证后依照《员工奖惩管理办法》进行处置。公司于稽核室下设企业安全组，专职负责检举案件的分析、调查与处理工作。举报调查完成后，稽核室会出具内部调查报告，分析舞弊发生原因并对强化反舞弊体系提出改善建议。针对外部敲诈、欺诈等事件，公司已制定专门的应急预案及处理机制，提升面对相关问题时的处理应对能力。稽核室作为风险管理的第三道防线，定期审核公司重大风险管理及内控制度的有效性，针对现有制度缺失提出改进建议，避免发生员工利用制度漏洞违规违法等舞弊行为。本年度，稽核室对公司内部控制、风险管理、采购管理等板块开展27项专项审计，审核相关项目所涉及商业道德和职业操守等控管系统的有效性，全面强化公司反贪污、反舞弊管理。



检举专线电话

021-31753602



检举邮箱

[jianju@masterkong.com.cn](mailto:jianju@masterkong.com.cn)



检举邮寄地址

上海市闵行区吴中路1688号A栋201103  
康师傅控股运筹中心稽核室 检举专员

2021年，公司共有1起由我们发现并依法移送公安机关处理的下属子公司员工贪污案件，该案件已依法依规得到处理，经法院审理，判处有期徒刑2年，追缴涉案赃款退还公司。



## 品牌力突破

### 演绎「潮」流，「就要这个味」

康师傅致力于提升品牌在年轻态消费群体中的影响力，关注年轻群体相关的热点议题，探索并挖掘年轻群体的兴趣点，围绕新生代消费者喜好，从产品、内容、互动形式三个维度出发，不断创造多元有趣，且紧密贴合当下消费趋势的品牌活动，持续升级品牌形象。2021年，国风、国漫和国潮正在成为年轻群体的新潮流、新热点，康师傅与国内知名国风音乐人、五四优秀青年代表张艺兴及热门综艺节目《中国潮音》合作，支持年轻国风音乐创作人。《中国潮音》节目组选取了各个年代的经典歌曲，选手们在创新诠释经典中挖掘当下年轻人「潮」的内涵。以重新演绎的方

式唤醒大众对经典作品的记忆，与康师傅「红烧牛肉面」经典浓郁的美味主旨巧妙吻合，「就要这个味」，让经典历久弥新。

2021年，康师傅方便面联合顶级国漫，推出《斗罗大陆》x藤椒牛肉面、《天官赐福》x老陈醋酸辣牛肉面、国民手游《和平精英》x香辣牛肉面等年轻态消费群体关注的「潮」流热点，开展了一系列主题品牌营销活动，深度洞察消费者兴趣行为，激发圈层社交传播，演绎「潮」流，提升消费群体对品牌的认可。



红烧牛肉面「就要这个味」

# 「家和安康」

# 「加康加年味」

### 「加康加年味」绑定节庆场景

康师傅深知中国家庭对春节节庆场景「家和安康」的寄托和「团圆让家更有年味」的美好期盼，规划于2022年春节期间，以「加康加年味」为传播主题，聚焦新年好彩头，建立「见康赢好礼」「微信红包雨」「朋友圈摇惊喜」三大板块，借助AR、小程序等新技术和渠道，绑定春节产品使用场景，积累消费者好感度，快速为品牌蓄势，让康师傅饮品成为团圆必备的新年标配。

同时，康师傅认识到年轻态消费群体对于脱口秀这一新兴喜剧形式的热爱，深度绑定单口喜

剧IP《集合！开心果》，通过灵活适当的内容植入，将产品场景与热门综艺结合，强化对年轻用户的触达，实现传播效果最大化，让消费者对于「加康加年味」的品牌主张有了更深的共鸣。未来，康师傅将持续与年轻消费者接轨，致力于打造广受年轻人欢迎的国民品牌。

康师傅凭借产品创新和商业模式的变革，为食品行业的发展树立了良好典范，也为行业输送了更多有参考价值的优秀营销案例，并获得社会各界的认可。



「加康加年味」



# 品牌力突破

## 发布无标签饮料，践行低碳发展之路

2022年初，减碳环保可持续发展论坛暨康师傅无标签产品发布会于上海举办，康师傅推出了践行低碳理念的无标签PET瓶包装，包括无糖版冰红茶和柠檬口味冰红茶。这是康师傅首款、也是中国食品饮料行业内首家推出的无标签饮料产品。

该产品的推出，表现了康师傅在产品的生产阶段对环境的影响考量，体现了康师傅在自身发展的基础上，积极减轻环境影响，将低碳概念引入产品理念的社会责任，展现了康师傅守护家园常青，探索可持续发展的新思路、新空间的态度。



▲ 中国食品饮料行业内首款无标签产品：康师傅无标签冰红茶

## 共享生活品质，涵养泉引领行业风尚

2021年11月7日，第四届中国国际进口博览会2021共享经济规范与发展论坛在上海举办。康师傅涵养泉天然矿泉水因品牌理念与论坛精神的高度契合，已作为论坛指定用水三次入驻进博会现场。

涵养泉天然矿泉水是民族品牌康师傅推出的优质矿泉水，是将共享新内涵与品牌建设相结合，传递共享精神的「大自然的馈赠」形象。涵养泉天然矿泉水已多次成为国内外重要会议、中国特色文化活动的高端指定用水，成为引领天然矿泉水的行业标杆，是向世界展现「天然珍稀矿泉的高品质名片」。



▲ 康师傅涵养泉在2021中国国际进口博览会现场



▲ 2022年减碳环保可持续发展论坛暨康师傅无标签产品发布会

# 绿色常青， 净享「欢乐饮食，美好生活」

作为中国食品饮料行业的领军企业，康师傅积极承担保护环境的责任，识别并遵守国家环境保护相关法律法规的要求，从节能节水、减排减碳、减塑与包装物管理、数字化生产和可持续原物料采购多个方面建立管理政策和制度，实施各项专案实践，降低自身对环境的负面影响，向实现「家园常青，健康是福」不断做出贡献。

节能节水管理	54
减排减碳管理	56
减塑与包装物管理	57
数字化生产管理	59
可持续原物料采购	61
环境关键绩效指标	62



# 节能节水管理

康师傅各事业供应链中心根据可持续发展委员会及其各工作组于年初制定的规划安排，在各生产基地实施节能节水专案以推进公司的节能节水工作的开展，并在各生产基地设置专职管理人员。

目前，康师傅已制定了包括《能源管理规范》《能源单耗考核评比方法》《能源管理小组制度》及《能源管理绩效处罚制度》作为节能工作的管理流程依据、工作实施参考和节能绩效考核指导，并持续运用管理工具，于各生产基地推广能源使用精细化管理，解析和诊断挖掘工厂节能工作机会点，合理安排生产排程，汰换高耗能落后设备。各事业各生产基地均已设置能耗管理的绩效管理指标，以更好的评估能源节约的落实情况，将节能降耗效果纳入相关岗位绩效考核指标，并与激励措施相结合，提升相关岗位员工对节能工作的重视程度。同时，我们组织开展相关培训，提升员工节能意识和管理水平，通过各种宣传渠道促

进企业节能文化的建立，通过开展节能经验交流分享，实现公司节能管理水平的不断提高。

康师傅饮品事业17家工厂和百事饮品事业13家工厂凭借各自优异的节能管理成果荣获中国饮料工业协会评选的「节能优秀企业」荣誉称号。

**17** 家 康师傅饮品事业工厂  
**13** 家 百事饮品事业工厂  
荣获中国饮料工业协会评选的「节能优秀企业」荣誉称号

**16** 家 康师傅饮品事业工厂  
**13** 家 百事饮品事业工厂  
再度荣获中国饮料工业协会「节水优秀企业」荣誉称号

在节水管理方面，公司已制定了《节水管理制度》作为节水工作的开展参考和依据，并要求生产人员严格按照制度规范作业。2021年，我们开展了「水平衡测试」工作，了解供水管网及各单元用水现状，依据测定的水量数据，判断合理用水程度并依次进行用水量监督。我们识别水耗用较高的生产工艺和设备，加强细节管控，推进重点节水专案，将优秀案例向康师傅全部工厂进行推广，并将水耗指标纳入相关人员绩效考核体系。我们积极探索使用中水的机会，建设和维护中水回用系统，在设备清洗、草坪灌溉等方面合理利用中水，提升水资源的利用效率。本年度，康师傅饮品事业8家工厂中水年回用量共计17万吨。同时，我们积极开展节约水资源的意识养成和方式方法宣贯，努力将「珍惜水、节约水、保护水」的理念融入日常生产工作的各个方面。康师傅饮品事业16家工厂和百事饮品事业13家工厂凭借优秀的管理实践再度荣获中国饮料工业协会「节水优秀企业」荣誉称号。

## 保护天然矿泉水源

康师傅深刻理解食品饮料行业对于水资源具有极高的依赖性，获取稳定、充足的水资源对于企业的发展至关重要。康师傅的天然水厂在选址时认真计算开采水量和补水量，经过论证达标后确定选址，建厂时严格落实水源地保护措施，包括：

- ▶ 建厂初期办理采矿证，根据《水污染防治条例》《地下水资源管理条例》和地方有关水资源保护规划，科学合理地开发利用水资源，对取水量进行监控和保护，严禁超量开采；
- ▶ 划定水源地保护范围，在水井周围设立一级保护区，做好保持清洁相关提示，并对垃圾临时堆放点进行防渗措施并及时清运；
- ▶ 切实做好建设期的污水收集系统，严禁向地表水体或农田排污。



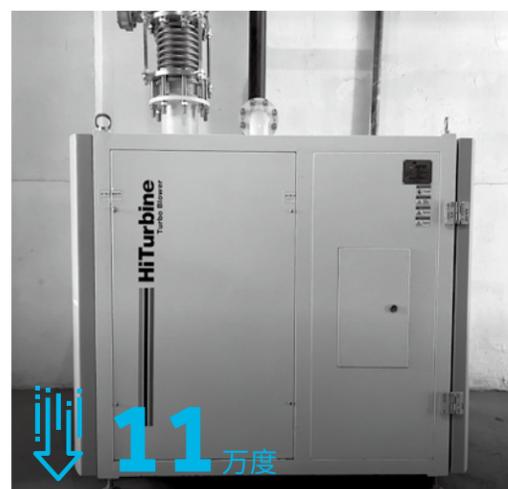
### 制面蒸汽加湿节能改造专案

康师傅方便面事业工厂利用高压水泵将蒸汽冷凝水加入蒸箱蒸汽主管道中，在进入蒸箱的前减压过程中，高温水二次汽化产生蒸汽，每年节省蒸汽使用量 1,600 吨。



### EMS能耗管理系统推展

康师傅饮品事业在工厂推展 EMS 能耗管理系统，聚焦高压空压机节电专案，通过优化设备开机、合理设置吹气压力、调整设备加载率等措施达到减少单位产品耗电量的目的，工厂年度共节省用电约 4,000 万度。



### 污水站汰换鼓风机

北京百事将一台高能耗鼓风机汰换为高效空气悬浮鼓风机，年节省电量约11万度。



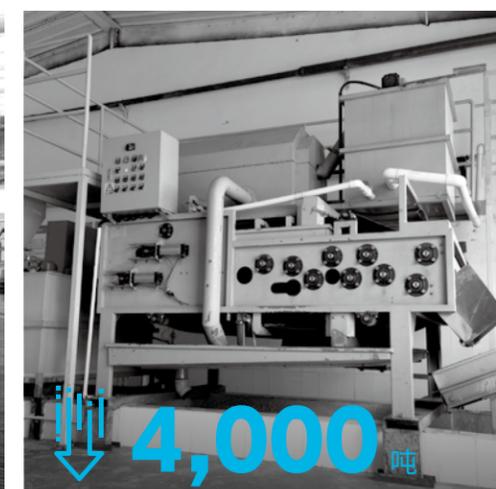
### 中水回收再利用专案

方便面事业工厂将污水进行深度净化处理后，达到国家中水排放标准，将其用于草坪浇水、废气处理降温等用途，节约用水量34万吨/年。



### 浓水反洗水回收利用

康师傅饮品廊坊厂将车间生产排放的浓水收集至回收箱后，通过增压泵、高压泵以及 RO 组件使其转化为超滤水并回收至超滤水箱，而未被转化的超浓水则排放至污水集水井。每年可节约用水约 48,000 吨。



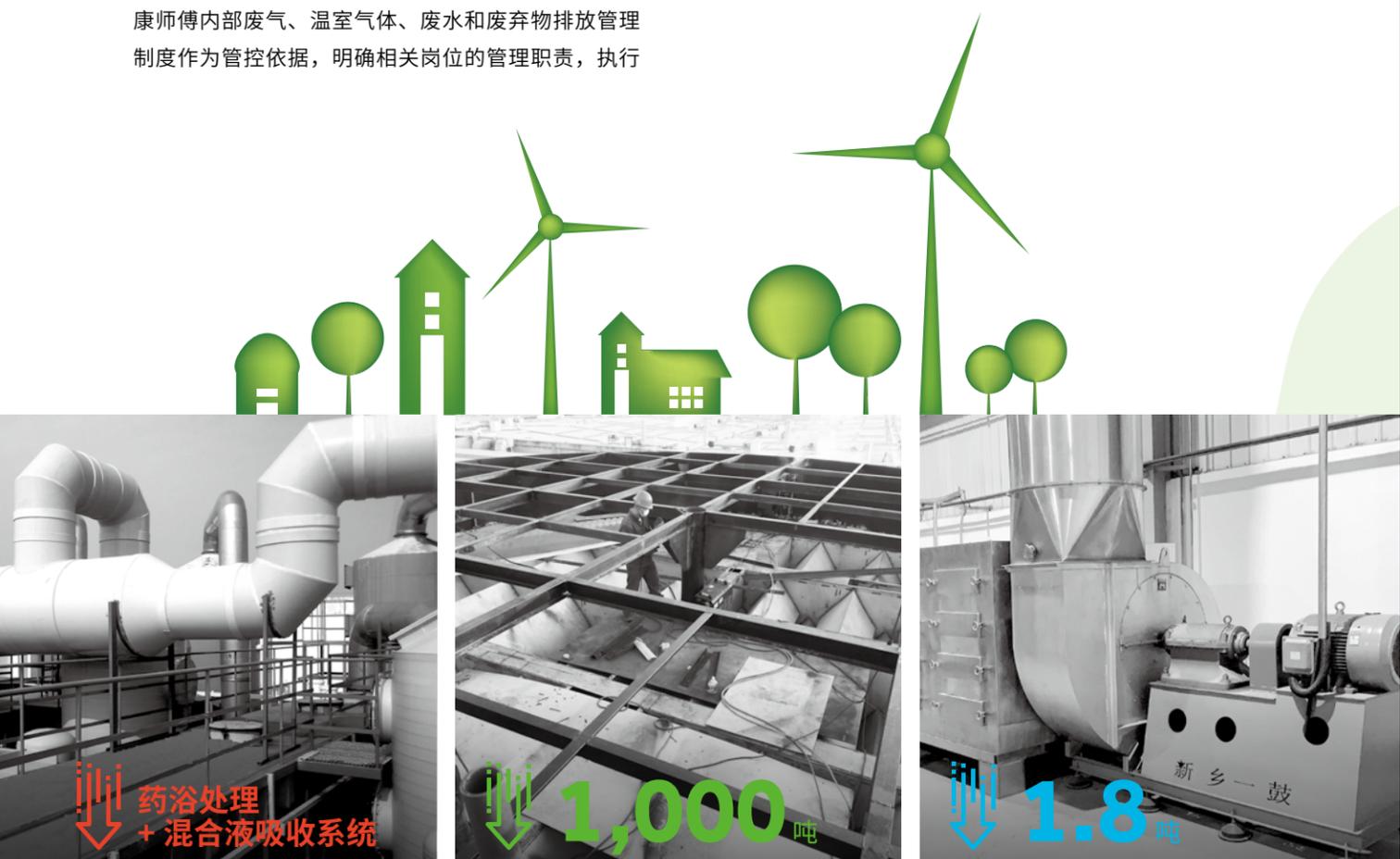
### 污水站压泥机使用中水

深圳百事将处理过的废水再流入中水处理系统制作成中水用于压泥作业，年可节约水资源约 4,000 吨。

# CO<sub>2</sub> 减排减碳管理

在废气、温室气体、废水和废弃物排放管理方面，我们遵守国家及运营所在地相关法律法规，包括《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《排污单位自行监测技术指南》《锅炉大气污染物排放标准》《恶臭污染物排放标准》《工业企业挥发性有机物排放控制标准》及《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等，制定了康师傅内部废气、温室气体、废水和废弃物排放管理制度作为管控依据，明确相关岗位的管理职责，执行

相应的减排措施，优化生产工艺，引进先进环保设施和技术，开展各项环保专案，减轻生产运营对环境的影响。我们委托有资质单位定期进行环境监测，保障各项污染物达标排放。同时，我们提升相关人员技能，落实处理装置维保工作，实现废水废气处理系统稳定运行。针对产生的有害废弃物，我们均委托有资质的专业单位对其进行处置。



药浴处理 + 混合液吸收系统

## 废气深度处理

方便面事业工厂将废气进行深度处理，废气通过原有设备后进入药浴处理系统 + 混合液吸收系统，进一步降解废气中残留的有机物质，达到合规标准，降低厂界周边异味。

## 污水处理系统扩容及维护

康师傅饮品事业济南、乌鲁木齐、沈阳、扬州等厂污水系统扩容及厌氧系统维护，总处理量约 7,000 吨 / 天，确保污水处理安全运行，同时可年减少 COD 排放约 1,000 吨。

## 废气超低排放改造

郑州百事工厂在吹瓶、瓶胚加工工序分别安装了挥发性有机废气处理系统，每年减少排放非甲烷总烃 1.8 吨。

# 减塑与包装物管理

康师傅积极响应国家减塑政策并在产品生产周期的各个阶段精进包装物管理工作，在满足产品质量要求的前提下减少塑料和包材的使用，或使用对环境负面影响较低的包装材料，贯彻可持续发展理念。

在产品生产阶段，公司制定了《原物料超耗标准》等内部管理制度，从产品包装物的各组件积极开展相关研究和探索，制定包材专项减塑减重计划方案。在产

品运输阶段，我们分析产品货物转运流程，将部分产品由袋装改成罐车输送，减少运输流程中不必要的包装物使用。在产品回收处置方面，我们制定了《工厂废品管理办法》等制度作为管理依据，对废弃物包装物进行分类、整理和存放，将有使用价值的废弃包材交给有资质的废物处置单位进行回收、二次加工和利用，使废弃包材等资源得以无害化处理。

本年度我们开展的减塑与包装物管理亮点工作包括：

## 方便面事业

原材料由袋装改成罐车输送，减少包装物的耗用

进行纸箱回收，减少包装材料浪费

原材料包装改用吨袋，减少包装袋使用量

## 康师傅饮品事业

瓶标由 PVC 材质优化为易降解的 PETG 材质，降低环境影响，每年减少 PVC 瓶标使用约 **3,126 吨**

330ml 及 500ml 多个品项的饮品瓶身开展降克重工作，预计每年可减少 PET 材料用量约 **3,400 吨**

部分产品瓶盖克重减少 0.2 克 / 个，每年减少原料 PE 耗用量约 **340 吨**

## 百事饮品事业

部分工厂 PET 瓶盖克重由 **2.5g** 降低至 **2.3g**，每年减少 PET 材料使用约 **413 吨**

PET500ml 百事无糖空瓶由 **23.2g** 降低至 **21g**，每年减少 PET 材料使用约 **219 吨**

完成 PET 1L 空瓶由 **35g** 降低至 **33g** 的测试工作，将在 2022 年逐步切换

## 糕饼事业部

积极落实环保理念，在产品的包装设计中，针对饼干的包装特点制定减塑计划

在包装物的设计上采用去塑料托盒的包装方式，以降低塑料包装物的使用

累计生产无托盒饼干 **2,781 吨**，占比 **17.5%**，同比上升 **5.2%**

同时，我们与协力厂商合作，尝试开展包装物回收利用工作。康师傅饮品事业和百事饮品事业与合作伙伴共同开展PET循环利用研究工作。2021年，康师傅饮品事业的广州、杭州、合肥、武汉四家工厂以及百事饮品的北京工厂将废PET瓶交由具有塑料再生资质的单位进行回收，由其制成再生涤纶布料、工服、包装塑料等环保再生商品，共计减少900余吨废弃塑料的产生，由PET废料制作成的1,400余件工服已供康师傅多家工厂人员使用。



▲ PET回收再生材料制成的工服

### 我们针对减塑与包装物管理制定了计划和目标：

- 将部分纸箱包装物由常规纸箱更换为切角箱，以减少纸材的使用。
- 2022年，开展380ml「喝开水」饮品瓶减重**15%**计划，由**20g**减重至**17g**。
- 2023年，完成部分产品的包膜减薄的目标，可减少约**4**吨塑料包膜使用。我们正在积极与供应商合作，寻找新型包膜替代，向着100%产品包膜可回收设计的目标努力。
- 2024年，完成部分产品的塑料托盒降克重的目标，可减少约**46**吨塑料托盒使用。

未来，我们将遵循减塑倡议，持续推动多项包装精简研究和实践工作，寻求环境效益的最大化。

## 数字化生产管理

我们深刻理解数字化转型对公司可持续发展的重要意义，致力于积极推进数字化生产管理，推动生产供应链体系数字化、智能化、自动化工作，建设数字化试点工厂，逐步实现工厂智能化转型。2021年1月，康师傅获得了ISO/IEC 27001信息安全管理体系认证。



▲ ISO/IEC 27001信息安全管理体系认证证书颁发仪式

近年来，我们对工厂的生产设备和装置进行联网集中程序控制，通过集中控制数字化面板对生产装置运行状态进行展示和操作，并实时掌握能源耗用和其他生产数据。2021年，康师傅各事业继续推广LineView生产线在线监控及数据采集系统，对生产线运行状态进行实时监控并自动计算关键KPI指标，生成工厂生产线效率报表和排名，有力支持了公司生产效率和节能降耗等多项精进工作。

康师傅物流运输管理系统 (Transportation Management System, TMS) 具备运输线路优化、车辆管理、车辆跟踪、绩效管理等多种功能。2021年，康师傅继续深化利用该系统实时监控运输车辆，统计运输时效，降低运输成本，实行动态线路配送模式，提高配送效率，实现物流配送信息的互联互通，信息共享，对康师傅工厂、承运商、运输司机体系进行统一调度管理，从运费、效率、成本、服务四个维度，赋能各事业供应链物流体系，实现了全国近百个工厂的统一管





▲「优数字化生态 享智慧化生活」交流研讨会现场

控, 超过100家运输商、500多个各地运输商业办事处的协同互通。例如, 我们将该系统应用在工厂园区车辆管理中, 通过车辆到厂时间预约和系统排队叫号等数字化管理模式, 实现了运输车辆在厂时间的科学管控, 减少装卸人力及资源的浪费, 减缓车辆排队拥堵。同时, 该系统可实现车辆行驶轨迹全程可视化, 在事前、事中预防和管理运输异常, 全程记载运输数据, 真实反馈供应商服务、工厂效率等绩效指标, 促进物流管理提升。

TMS系统的使用是康师傅践行绿色运输理念的体现, 通过该系统的应用, 我们实现了运输车辆及燃油资源的节约, 经内部测算, 此项应用每年可减少近2万吨碳排放。

ECR (Efficient Consumer Response) 即高效消费者响应, 旨在消除供应链各环节库存过剩和降低不必要的成本, 以满足消费者需求。中国ECR委员会推广ECR在消费品行业多领域的应用, 致力于提高供应链整体效率, 促进行业健康发展。康师傅作为ECR委员会的董事单位, 持续提倡与伙伴合作共赢, 积极构建绿色低碳供应体系。2021年, 第十八届中国ECR大会在杭州落幕, 康师傅与多家食品饮料行业的领先企业, 围绕「优数字化生态 享智慧化生活」开展交流研讨。恰逢中国ECR委员会成立20周年, 康师傅与60余家具有国际、国内影响力的企业联合发起《提高零供效率, 绿色协同发展》倡议书, 推动行业数字化合作共赢, 全面绿色转型。康师傅与供应链解决方案的领先品牌唯智信息共同打造的「智慧物流供应链解决方案」入选2020-2021年度中国ECR优秀案例最佳实践项目。



>100 家运输商

>500 个

各地运输商业办事处实现协同互通

2万 吨

TMS 系统的使用每年可减少近 2 万吨碳排放

# 可持续原物料采购

我们在进行原物料采购时, 在注重原物料品质的同时也关注农产品原料种植、生产过程, 及纸箱等包材生产过程中对环境造成的负面影响, 将原物料的环境属性纳入供应商管理的考量因素, 并尽量更多选用具有环境友好属性的原物料。



## 木材制品采购:

- 康师傅采购的纸箱、纸盒等纸类供应商100%拥有FSC认证证书。

## 棕榈油采购:

- 方便面事业36.8%的棕榈油供应商已获得RSPO认证, 57%的棕榈油产品可以追溯至原产地, 43%的棕榈油产品可以追溯至贸易商;
- 糕饼事业部100%的棕榈油供应商已获得RSPO认证, 部分已获得RSPO认证的棕榈油产品可追溯至压榨厂。

## 白糖采购:

- 康师傅饮品及百事饮品事业30%的白糖供应商已获得Bonsucro认证。

## 乳制品采购:

- 康师傅的乳制品供应商已获得Toitū Envirocare认证、BRC认证和FSSC22000认证, 乳制品原材料均可追溯至牧场级别。

# 环境关键 绩效指标



温室气体排放总量 <sup>(3)</sup> (范围 1 及范围 2) <sup>(4)</sup> (万吨)	228.23
百万元收益温室气体排放量 (吨 / 百万元收益)	30.81
综合能源消耗总量 <sup>(5)</sup> (兆瓦时)	5,319,982.29
百万元收益综合能源消耗量 (兆瓦时 / 百万元收益)	71.81
电力 (兆瓦时)	1,708,177.73
百万元收益电力消耗量 (兆瓦时 / 百万元收益)	23.06
汽油和柴油 (兆瓦时)	14,654.62
天然气和煤炭 (兆瓦时)	923,684.46
外购蒸汽 (兆瓦时)	2,673,465.48
用水总量 <sup>(6)</sup> (立方米)	54,869,347.23
百万元收益用水量 (立方米 / 百万元收益)	740.65
产品包装材料使用总量 <sup>(7)</sup> (吨)	1,382,599.75
百万元收益包装材料使用量 (吨 / 百万元收益)	270.99
化学需氧量 (Chemical Oxygen Demand, COD) 排放总量 <sup>(8)</sup> (吨)	122.97
有害废弃物总量 (吨)	601.52
百万元收益有害废弃物排放量 (吨 / 百万元收益)	0.01
无害废弃物总量 (吨)	188,587.32
百万元收益无害废弃物排放量 (吨 / 百万元收益)	2.55

2021年，康师傅环境类关键绩效指标列示如下，除另行说明，环境类数据<sup>(1)</sup>统计范围涵盖上海康师傅大楼及各事业直接管理<sup>(2)</sup>的境内全部工厂，境外办事处因规模较小暂不包括在统计范围，未来将根据实际情况适时统计披露。



(1) 基于康师傅的业务性质，2021年主要气体排放为温室气体，主要源自使用由化石燃料转化的电力及燃料。相较2020年度，康师傅进一步减少天然气及煤炭等化石燃料的使用，同时伴随二氧化硫（SO<sub>2</sub>）与氮氧化物（NO<sub>x</sub>）排放量的继续降低，影响微小，因此本年度不作为主要气体排放物予以披露。



(2) 康师傅各事业直接管理的境内工厂，涵盖方便面事业、康师傅饮品事业、糕饼事业位于境内的全部工厂，以及百事饮品事业除上海、武汉、南京、杭州、沈阳、天津、济南、桂林、福州、湛江、长沙、西安、昆明工厂外的全部境内工厂。其中，百饮事业除上海、武汉、南京及杭州4家工厂由百事国际直接管理，沈阳、天津、济南、桂林、福州、湛江、长沙、昆明工厂本年度停止运营，故不包括在此次统计范围，西安百事工厂在2021年1月中旬后全部停运，故不包括在此次统计范围。



(3) 康师傅温室气体核算范围主要涵盖二氧化碳、甲烷及氧化亚氮。温室气体排放数据乃按二氧化碳当量呈列，并根据《联合国政府间气候变化专门委员会（Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC）2006年国家温室气体清单指南 2019修订版》规定计算。本年度实施碳盘查专案，将外购蒸汽纳入温室气体排放计算。



(4) 范围一：涵盖由公司运营直接产生的温室气体排放；范围二：来自公司内部消耗（购买获得或取得的）电力及外购热力所引致的「间接能源」温室气体排放。



(5) 综合能源消耗量是通过直接与间接能源消耗量，根据中华人民共和国国家标准《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020）换算因子计算得出。



(6) 用水量为统计范围内的生产用水及雇员办公生活用水。我们在求取适用水源上不存在问题。



(7) 产品包装材料用量为康师傅各事业全部品项产品的主要包装材料用量总和。



(8) COD排放总量为统计范围内全部工厂所产生的COD，经市政污水处理厂处理后最终的排放量总和。



# 铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食、美好生活」

员工的成长是企业发展的重要驱动力。康师傅重视维护员工的合法权益，促进员工的进步与提升，努力保障职业健康与安全，期待着与员工共同努力成就更好、更可持续发展的企业。

- 深耕人力资本，打造卓越职场—— 66
- 促进员工成长与发展，打造智慧职场— 67
- 保障员工健康与安全，打造安心职场— 68
- 建设企业文化，打造卓越职场—— 68
- 人力关键绩效指标—— 70





# 深耕 人力资本 打造 卓越职场

康师傅严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国妇女权益保护法》《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国残疾人保障法》《残疾人就业条例》《禁止使用童工规定》及其他适用法律法规，并据此制定了《人员招募办法》《人员任用程序》《员工晋升管理办法》《员工离职管理办法》《员工奖惩管理办法》等制度办法。各事业也依据自身情况制定适用的制度办法，规范劳动合同的签订与解除，以确保各项雇佣工作有章可循、有据可依，切实保障员工的合法权益。

## 平等雇佣

公司实行平等雇佣政策，杜绝一切形式的用工歧视，建立性别、民族、信仰无差别的招聘、发展及晋升体系，并招聘一定比例的残疾人员工，保障平等薪资福利，本年度在职残疾员工351人，新增91人。我们反对一切形式的强制劳工及雇佣童工，招聘时严格审核身份证原件和复印件。若发现强制劳工或雇佣童工的情况，我们将严格遵循当地劳动局的要求，立即停止其工作。各事业亦定期通过内部系统核实员工工作时长，公司内控及稽核等部门不定期对招聘及用工进行检核，避免强制劳工的情况发生，以规范员工休假管理。

## 员工权益

公司依照《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》的要求，在劳动合同中对员工的工作时间以及假期进行约定。同时员工可享受带薪年假、事假、病假、婚假、丧假、产假、陪产假、哺乳假等，依据相应的请假时间及签核权限申请休假。公司积极响应并落实政府政策，会及时根据各地新出台的规定（如本年度更新的育儿假）修订内部规章制度，切实保障员工休息权益。

## 薪酬及福利

康师傅制定了员工工资、绩效、年终奖等薪资管理办法，并根据《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》等国家法律法规要求为员工足额缴纳「五险一金」，同时每年依政策规定及时调整保险、公积金缴费比例、上下限及最低工资标准，为员工提供具有市场竞争力的薪资待遇。各事业视自身情况，针对优秀员工采用月、季、年终奖等不同层次奖励办法，并为员工提供高温、高寒、采暖、调迁津贴、租房补助等额外补贴。我们亦为广大员工提供旅游、生日福利、健康体检等软性福利。

## 人力资源数字化管理

康师傅致力于简化管理流程，以提升HR工作效率及员工体验。本年度康师傅继续推动人力资源数字化转型，在2020年已有工作成效的基础上进一步优化人资BI系统，扩大BI报表数据适用范围。同时继续推动人力资源智能系统、预入职小程序、人事工作流等运作，提高人资作业效率，极大程度降低管理及人员成本。

# 促进员工成长与发展， 打造智慧职场

康师傅始终重视员工的培养与发展，为了更好地塑造「勤、廉、能」的全方位优秀人才，提升团队凝聚力，公司针对不同层级的员工开展定制化、功能多样的课程，各事业也结合自身情况制定相应培训管理制度。我们依据员工的职务层级、职业发展阶段、功能岗位等为其提供企业文化通识类别训练、专业知识技能提升类训练和管理技能提升类训练等多个类别的培训机会。同时，通过与外部专业培训机构的长期协作，共同打造针对康师傅实际需求的提升培训项目，带给员工具有前瞻性、科学性的知识和技能。

我们设置多种培训课程与专案，累计培训总时长长达72.89万小时，人均受训时长达125.14小时。为了让每位员工更便捷、更有效地学习到公司推送的各项培训视频短片，迎合新生代员工碎片化学习需求，本年度我们持续优化线上学习模式，丰富「WEME学堂」、「E-learning」等移动端学习资源，及时更新课程内容，以保证员工可以提升自身知识储备，快速提高职业技能。

2021年，各事业安排重点专案培训，对在职处级、储备理级、在职理级依计划开展强化中层主管管理技能，提升内部组织力培训。在职储备管理能力提升培训M系列课程实行集中规划、分层分级的培养方式，每一层级都设计了极具针对性的课程，从基层员工到高层干部，实现了阶梯式提升和强化。我们针对线上培训缺乏实操演练的问题，有针对性地增加线下补强多元课程，丰富学习模式及内容，实现了员工线上线下交互式学习。

培训总时长达

**72.89** 万小时

人均受训时长达

**125.14** 小时



员工培训课程现场



# 保障 员工健康与安全， 打造安心职场

康师傅严格遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国消防法》等国家法律法规，并据此出台了一系列内部管理办法及应急预案，形成落实安全生产和职业病防治工作的制度性保障。公司针对有职业病风险或安全风险较高的一线作业岗位员工提供齐备的防护用具，例如眼罩、化学防护手套、耳塞、安全工服等，有效降低因特殊工作场合和环境给员工带来的健康影响，对于特殊工种员工要求持证上岗，以保证企业安全生产运营。另外，我们每年为员工组织健康体检，积极组织消防安全实操演练，以提高员工消防安全意识及自我防护能力。全部新入职员工需先接受安全培训后，方可投入生产作业工作。同时，康师傅各生产基地认真贯彻公司对环境、健康与安全（Environment,

Health and Safety, EHS)的相关要求和部署，持续深入开展EHS管理活动，严格EHS年审工作，设立EHS专员持续开展安全教育，定期组织EHS技能培训及竞技，不断提升员工安全生产意识。

2021年，新冠疫情防控已成为常态化管理工作，公司各办公大楼及生产基地严格落实人员进出登记、测温、健康码查询、定期进行环境消杀等防控工作，为在职员工免费提供口罩，并为员工报销因出差而发生的核酸检测费用。同时，我们积极配合及响应所在地疫情防控部门的要求，倡导并有序安排员工接种新冠疫苗并登记造册。对处于中高风险地区的员工，我们灵活调整员工出勤方式及办公场所，合理安排居家办公或休假，竭力保证员工生命与健康。



# 建设企业文化， 打造卓越职场

康师傅栉风沐雨二十九载，企业文化在其中发挥了重要作用。如今企业与时代同频共振，进入高质量稳定发展的新阶段，企业历经变革与世代交替的过程，文化建设显得更为重要。2021年初，公司组成由魏宏名、魏宏丞两位董事长为核心的文化建设委员会，在两位董事长的积极推动下，全年共召开七次重大文建

委员会会议及多次沟通交流。我们将文化建设助力企业永续经营为最终目标，以全体主管与员工正确企业价值观的融入作为现阶段文化建设的首要任务，真正建设文化共建、组织共振、成长共进、激励共享的好企业。

2021年文建秘书处在委员会的指导下，从学习、宣传、基层访谈、年度典范表彰等不同角度切入，将正确的企业价值观与实际工作相结合，潜移默化地让全体康师傅人对文化建设从认知层面提升至内心认同。

我们将企业文化建设内容植入各层级主管培训当中，从组级到总监级主管累计开展42场文化建设培训，累计授课124课时，共计1,590人次受训。在让主管们了解康师傅发展历史的同时，也深刻领会公司「勤、廉、能、诚信、务实、创新」的核心价值观。与此同时，文建秘书处首次采用参访与案例教学相结合的形式，通过组织主管参观廉政文化馆，了解国家对于干部的廉政要求后，结合公司内部案例研讨，加强主管对于责任与廉洁自律的认识。

本年度公司内共组织1,500余次文化建设推广活动，同时各事业内部开展优秀员工评选活动：方便面事业的「康面红人馆」、百事饮品事业的「蓝血十杰」、「C位牛人」，康师傅饮品事业的「英雄榜」等，通过内部员工行为典范积极传播正能量，让文化看得见、摸得着，做到员工身边有榜样，工作努力有方向。

文建秘书处携手各区办公室作为企业文化的布道者、聆听者与践行者，自2021年下半年规划《基层员工心声座谈会》制度以来，先后开展了20余场行销公司、供应链部一线员工的心声座谈，收集处理反馈心声达百余项，员工反馈内容包含培训、福利、工作环境、主管风格、制度流程等多个方面。文建秘书处每月出差深入第一线，走访行销公司总经理、供应链部主管及一线员工，了解各层级、各功能对文化建设感知度的情况。我们尊重各事业及各地区特色，及时调整文化建设方式方法，稳步推进文化建设进程。

**1,590** 人次  
接受文化建设培训

**1,500** 余次  
文化建设推广活动



▲ 基层员工心声座谈会现场



文化氛围调研项目  
覆盖员工数

在文化建设委员会会议上，我们分享国内及业内领先企业的文化建设模式，同时借助外部文化建设专家的科学工具，在与董事长及全体文建委员深入访谈、收集建议、分析需求后，启动「为自己发生，为未来点赞」6万名员工全员文化氛围调研项目，以更好地解决员工后顾之忧，让员工在自己的岗位上发挥更大潜力，共同为「成为受尊崇的企业」的美好愿景添砖加瓦。

2021年虽然仍笼罩在新冠疫情的大环境中，但康师傅人一如既往地勇敢面对，艰苦奋斗，在确保防疫安全、食品安全，保障复工复产的前提下，持续为医疗机构、一线抗疫人员提供物资支持。为满足消费者需求，所有康师傅人坚守岗位，赢得了消费者的认可与信任，同时得到社会对企业的尊重。

上下同欲者胜，风雨同舟者兴，相信在文化建设委员会全体委员的指导下，在全体康师傅人的顽强拼搏中，共同努力将康师傅成就为受尊崇的企业，不负弘扬中华饮食文化的历史使命。



# 人力关键绩效指标

## 雇佣类指标

指标	数据	
员工总人数 <sup>(1)</sup>	62,107	
按性别划分员工人数	男	40,351
	女	21,756
按年龄划分员工人数	年龄 30 岁 (不含) 以下	20,888
	年龄 30 岁至 50 岁 (含)	40,414
	年龄 50 岁 (不含) 以上	805
按雇佣类型划分员工人数	全职员工	62,107
	兼职员工	0
按区域划分员工人数	华北地区员工	15,721
	东北地区员工	6,942
	西北地区员工	6,513
	华东地区员工	11,781
	华中地区员工	4,134
	华南地区员工	9,976
	西南地区员工	7,040
员工总流失率 <sup>(2)</sup>	26.4%	
按性别划分的员工流失比率	男	27.9%
	女	23.8%
按年龄划分的员工流失比率	年龄 30 岁 (不含) 以下	39.4%
	年龄 30 岁至 50 岁 (含)	20.1%
	年龄 50 岁 (不含) 以上	8.9%
按地区划分的员工流失比率	华北地区	21.3%
	东北地区	22.4%
	西北地区	29.1%
	华东地区	21.8%
	华中地区	34.8%
	华南地区	27.7%
西南地区	27.1%	

(1) 员工总人数的统计范围为康师傅控股及其附属公司的全体员工人数。

(2) 员工流失率 = 汇报年度离开工作岗位 (含主动离职、退休、辞退、亡故) 的员工人数 / 汇报年度员工总人数 × 100%。

## 健康与安全类指标

指标	2021 年	2020 年	2019 年
因工亡故人数 <sup>(3)</sup>	0	0	1
因工亡故比率 <sup>(4)</sup>	0.000%	0.000%	0.002%
因工伤损失工作日数	7,896	/	/

(3) 工亡数据统计为过去三年因安全生产事故造成的员工亡故情况。

(4) 因工亡故比率 = 因工亡故人数 / 当年期末员工总人数 × 100%。

## 培训类指标

指标 <sup>(5)、(6)</sup>	数据	
按员工性别划分的受训百分比	男	99.7%
	女	99.3%
按员工层级划分的受训百分比	高级管理层受训百分比	100.0%
	中级管理层受训百分比	100.0%
	其他员工受训百分比	96.5%
按性别划分的人均受训时数	男	82.1 小时
	女	102.2 小时
按员工类别划分的人均受训时数	高级管理层受训小时数	136.5 小时
	中级管理层受训小时数	141.2 小时
	其他员工受训小时数	124.6 小时

(5) 按员工类别划分的受训百分比 = 某类别受训员工人数 / 某类别员工总人数 × 100%。

(6) 按员工类别划分的人均受训时数 = 某类别员工受训总时数 / 某类别员工总人数。

# 服务社会，创造价值 同享「欢乐饮食，美好生活」

康师傅在公司发展的同时始终不忘回馈社会，致力于将社区投资、公益实践与自身业务有效融合，积极承担社会责任，履行企业公民义务。通过服务社会创造价值，为人民实现「美好生活」贡献力量。

食安科普	74
水教育	76
体育公益	79
聚焦社会关怀	80
抗疫援助	82
惠及「三农」	84
校企合作	84



# 关键绩效指标

康师傅在公司发展的同时始终不忘回馈社会，致力于将社区投资、公益实践与自身业务有效融合，积极承担社会责任，履行企业公民义务。2021年，康师傅在社区投资领域继续保持高额投入，我们主动参与公益事业与各项社会活动，推广可持续发展理念，持续在食安科普、水教育、支持体育事业、关爱社会、助力「三农」、深化校企合作等多个领域开展公益活动，通过服务社会创造价值，为人民实现「美好生活」贡献力量。

  
**8,730万元**  
2021 年社区投资金额

  
**27.3万小时**  
2021 年员工志愿者活动时长

## 食安科普

提高公众科学素养，普及食品安全知识是抵御食安类谣言的有效方式。多年来康师傅积极响应国家食品安全战略，聚合各方力量，不断探索食安科普教育方式，致力于通过食安科普，向社会传递食安知识和理念，推动食安社会共治。

作为中国航天事业长期合作伙伴，康师傅致力于构建完善的「航天+食安」相融合的知识体系、教育体系和应用体系，提高全民特别是青少年的航天知识和食品安全素养。

### 全国青少年航天梦想体验营



▲ 食品安全科普展现场

## 航天 + 食安

康师傅本年度在「英雄」城市武汉举行「航天科普暨康师傅食品安全展」及「全国青少年航天梦想体验营」活动，传递食品安全理念。除经典展项外，本年度新增「空间站」展览和「探月区」体验，同时为参观者准备了「太空面」同款产品——「星空面馆」。本年度我们与武汉周边的新农村开展了线上「云课堂」，运用数字化工具和「双师教学」课堂的模式，使不同地区的孩子们也能在「云端」圆梦航天并提升食安素养。展览期间，超过10万名观展者走进场馆学习航天和食品安全的相关知识，来自20所学校的5万多名中小学生通过线上参与活动，合计超过16万人参与了本次活动。

国家市场监督管理总局等四部委联合发布《校园食品安全守护行动方案（2020—2022年）》，要求加强中小学食品安全与营养教育。为响应国家政策号召，助力校园食安科普教育，2021年度公司继续大力推进「食品安全科普公益行」活动。

该活动以「全民食品安全趣味轻科普」为主旨，通过中小校园食品安全公开课、线上趣味科普答题赛、亲子实践游等活动形式，加强校园食品安全保障，传递健康营养食品知识，增强青少年食品安全意识。我们于本年度增加了线上「美食营养搭配」互动活动，注册中小學生超过5万人，答题人次超过400万次。截至目前，「食品安全科普公益行」活动已借助200多个媒体平台进行了1,100余次宣传推广。

**>200** 个媒体平台

**>1,100** 次宣传推广

「食品安全科普公益行」活动借助媒体平台进行宣传推广

## 逐梦航天 康师傅航天梦想体验营 为孩子们圆梦

2021年4月29日，随着空间站天和核心舱的发射，康师傅也在海南文昌举行第三期梦想体验营线下活动。曾经感动中国的乡村教师，「无限期支教」的袁辉老师带着他的孩子们，以及从全国各地选拔出的十多位康师傅航天梦想体验营的小营员们一起，共同见证了中国航天的里程碑时刻。

仅是近距离观看中国航天大事件的航天梦想体验营短短半年就在文昌开营2次。去年11月份，康师傅航天梦想体验营组织小朋友们在文昌观看了「嫦娥五号」的发射；现在，康师傅航天梦想体验营再次开营，与孩子们一起见证中国航天事业进入空间站时代。

### 袁辉老师与孩子们在海滩见证航天里程碑时刻



▲ 小营员们参观航天科普展

# 水教育

「水教育」项目是由中国饮料工业协会组织发起的一项长期推广的公益活动，旨在培养小学生形成良好的饮水和用水习惯，做「知水、爱水、节水」的积极实践者和传播者。今年已是康师傅深耕细作、沉淀创新「水教育」的第七个年头，我们已成功将「水教育」活动推广至全国10余座城市，30余所学校，近万名学生参与其中。

为了让孩子们积极参与到游戏环节并乐在其中，水教育活动秉承「轻科普」的理念，通过「寓教于乐」的形式，为孩子们搭建了一场沉浸式的互动课堂。受疫情影响，多地线下活动暂停，但康师傅的「水教育」公益路并未停下脚步，继上一年度搭建「水教育」百度百科词条内容后，我们于2021年3月22日世界水日当天上线「水教育」视频号，让「水教育」走进更多青少年朋友的生活。

秉持健康安全第一的原则，本年度「水教育」线下活动深入全国五地的学校，并新增饮品PET包装回收教育的元素和环节。为更好地将「水教育」活动推广和发展，今年我们精心设计了「康康学长」的卡通IP形象，还推出了「水教育」21天挑战手册。通过21天打卡挑战，让同学们在心中牢牢树立「知水、爱水、节水」的意识。

7 年「水教育」公益活动

推广至

>10 座城市

>30 所学校

▼ 游戏「小小实验室」



▲ 21天挑战手册

▼ 康康学长



▲ 游戏「PET空瓶回收」



# 体育公益

中国政府高度重视体育活动在增强人民体质、提高健康水平中的重要作用。2016年，国务院印发了《「健康中国2030」规划纲要》，对发展群众体育活动、倡导全民健身新时尚、推进健康中国建设做出了明确部署。作为民族品牌企业，康师傅致力于助力国家迈向「健康中国2030」，激发公众健身热情。



除了作为国家体育总局冬运中心运动方便营养膳食合作伙伴，积极助力中国冰雪运动之外，康师傅还作为马拉松运动膳食合作伙伴，已连续多年支持全国各地马拉松赛事。我们倡导科学膳食理念，以服务跑者为核心，在赛前赛后为其提供充足的能量供给，保障跑者安全完赛。康师傅「赛后一碗面」已成为众多马拉松跑者心中的标配。康师傅已与国内数余站马拉松赛事达成合作，覆盖参赛人数达上百万。未来，康师傅将继续用安全可靠的运动保障服务助力中国马拉松赛事发展。2021年，我们还支持广东等地的篮球赛事及自行车赛，以及重庆、河南等全国多地多场羽毛球赛事。我们与多地羽毛球协会建立合作关系，助力运动员圆梦赛场，同时持续、健康、有序地推动全民运动发展，建设体育事业。

## 康师傅冰红茶 打造「超燃」3X 联赛

2022年5月8日，康师傅冰红茶「超燃」3X联赛湖南赛区首场赛事在株洲万达广场热血打响！20支「燃」战队青春集结，为当地球迷奉献了一场篮球的饕餮盛宴。本次赛事旨在打造全国最燃3V3篮球嘉年华，解锁「冰爽够痛快」的畅快体验，为篮球爱好者传递最热血沸腾的体验，让每一个拥有篮球梦想的高校学生有一个梦想成真的机会。



# 聚焦社会关怀



康师傅在自身发展的同时，持续发挥行业优势，聚焦社会关怀，关注社区需求并参与社区建设，向社会传递温暖。2021年，我们继续深入全国各地的养老院、幼儿园、学校、医院、派出所、部队和偏远地区开展慰问活动，为多地医护人员、交警、环卫工人等城市一线辛勤工作者送去爱心和关怀，传递正能量。公司亦关注儿童成长，通过开展儿童公益助学、关爱自闭症儿童、残障儿童等活动，向孩子们传递温暖。同时，康师傅通过基金会持续面向全国范围推动奖学金项目，在安徽、福建、天津、重庆、四川等地区援建学校，推展康师傅图书室计划，持续在重庆地区推广留守青年的关怀和教育。



▲ 康师傅图书室计划

作为优秀民族企业，经过多年实践累积，康师傅已建立并形成一套灾难救助快速响应机制。2021年，在面对河南、浙江、四川等地遭受暴雨、台风、地震等灾害影响时，康师傅第一时间参与抗灾救援与物资援助工作。其中，在河南与山西特大洪涝灾害期间，在政府部门的指导下，康师傅利用自身地方行销网络，与各经销商、物流伙伴协作，将约156万份方便面、纯净水等爱心物资送至108个受灾单位和慈善机构。

7月，受强台风「烟花」影响，浙江省防汛形势严峻，各地受灾严重，康师傅组建抗灾支援团及志愿者团队，将饮用水等支援物资及时送至受灾居民家中及各安置点。9月，四川省泸州市泸县发生6.0级地震，造成人员伤亡和财产损失，康师傅组织员工将抗震救灾物资及时送往灾区政府、救助站及安置点，为灾民及救援人员提供能量补给。



▲「风雨同舟 平安是福」河南抗洪支援行动

# 抗疫援助

2021年，新冠疫情在全国呈不规则突发状态。面对新冠疫情带来的持续挑战，康师傅严格落实防疫政策，全力构筑群防群治严密防线，积极做好自身防控。在保障自身健康与安全的同时，及时响应社会救援支持，踊跃捐款捐物，并协助当地社区、党委做好疫情防控、核酸检测及后勤保障等工作，携手全国人民共同抗疫，以实际行动彰显企业责任与担当。

2021年8月，湖北省武汉市发现本土疫情，康师傅主动承担企业社会责任，启动应急响应机制，在保证员工安全的同时，第一时间将捐赠的方便面、饮用水、咖啡饮料等物资送到医护人员及社区工作人员手中。12月，浙江杭州、宁波、绍兴等多地疫情突发，防疫形式严峻，康师傅及时组织捐赠康师傅方便面及饮用水，为当地抗疫工作人员提供营养支持及后勤保障。

2022年2月以来，国内本土新冠肺炎确诊病例呈激增态势，每日增长的数字牵动着国人的心。康师傅始终

秉承「永续经营，回馈社会」的企业宗旨，积极地为抗击疫情贡献力量，在做好自身防疫的同时，保障市场供给。自2月7日以来，康师傅持续向上海、香港、辽宁、吉林、陕西、江西、湖南、黑龙江、河南等多地提供了超过134万件的方便面、饮用水、糕饼以及其他物资，总价值超过420万元；上海疫情爆发以来，已累计向上海各相关医院医护人员、政府街镇、志愿者、方舱医院、学校，集团员工等提供了30万件方便面、饮用水、饮料、糕饼以及其它食品等物资，总价值超百万元。



▲ 方舱医院的医务工作者为康师傅爱心物资点赞



▲ 康师傅携手全国人民共同抗疫

# 「只要疫情不退，只要防疫需要，康师傅就会一直援助下去！」

4月初，得知建设方舱医院的工人们住宿点周边超市紧急封闭，饮食需求遇到困难，康师傅第一时间协调，紧急调配产品，第二天一大早就把600箱康师傅方便面送到了川沙，为2,000名工人解决了吃饭问题；4月6日接到政府物资保供需求，上海杭州两地紧密协作，8日一早10,000箱方便面抵达上海收货点；得知华东政法大学急需方便面缓解学生就餐压力，公司4月9日当晚紧急决定杭州工厂调配货源，连夜调配运输车辆，10日早晨爱心物资抵达校园；为支援北京疫情防控，康师傅方便面事业、康师傅饮品事业、百事饮品事业的北京行销公司迅速伸出援手，将一批批饮用水与食品送至隔离酒店、核酸检测点以及重点防控社区等19个疫情防控前线区域。

「为」  
**2,000** 名工人

「提供」  
**10,000** 箱方便面



▲ 救援物资抵达防控前线



▲ 作为民生保障物资的康师傅产品从工厂装车出发

康师傅积极响应国家需求的同时，心系每一位员工的安危。为上海上千名员工准备了包含新鲜蔬菜、冷冻速食等在内的员工关怀防疫包，并逐一配送至小区，把温暖和信念传递给每一位上海员工。



▲ 康师傅为员工送上物资



# 惠及「三农」

康师傅作为农产品深加工龙头企业，积极推进服务乡村振兴战略，加大对农村多元经营主体支持力度，每年购买大宗农产品数百万吨，通过农产品采购等形式助力农户增收致富，使中国逾4,000万农民直接受益。

康师傅利用自身技术和规模优势，历时多年与高校合作开展「农作物主动保障体系」研究，探索惠及「三农」新模式。公司在纯净无污染、自然条件优越的河北省康保县康巴诺尔地区建立「环境友好蔬菜基

▲ 康师傅于康巴诺尔地区建立环境友好蔬菜基地

地」，派遣技术人员调研当地自然环境，升级打造「企业+基地+农户」的产业链模式，通过辅导农户种植、严格控制产地端品质与检测监管，帮助当地农民打造全新生态农业。康师傅食安中心每年对土壤、农药残留、重金属等多项指标进行严格检测，确保农产品的安全健康，促进当地农业循环经济发展。目前，该基地已累计帮助康巴诺尔草原及周边地区建立蔬菜基地20万亩，收购农产品约50万吨，带动约15万农户就业。

# 校企合作

2021年，康师傅继续开拓和深化校企合作工作，坚持以「深耕中国，面向世界」的理念开展人才培养，在全国范围与35所高校、78所职校建立并深化校企合作关系，共享人才培养资源，为社会输送兼具专业能力与实践能力的复合型人才。

公司坚持开展校园人才招聘，在疫情下积极尝试空中宣讲会、空中双选会等新招聘形式，将雇主品牌宣传与招聘工作有机结合，构建内部人才梯队。我们与国内多所高校合作开展食品安全、生产制程与技术、应用开发等研究，支持高校创新成果和核心技术产业化。在职业教育方面，公司认真贯彻落实校企合作精神，推广「康师傅订单班」模式，与高校共同支持和完成人才培养及就业，共创合作高校教育教学新局面。

本年度，康师傅新增战略高校合作伙伴清华大学，并与北京大学元培学院、北京大学医学部在原有合作基础上进一步深化伙伴关系，同时与早稻田大学进一步加深产学研合作。我们与海内外顶尖学府联合设立奖学金项目，支持人才交流、企业案例研究、科研项目

等全方位战略合作的开展。1月，我们与早稻田大学签署「新十年战略合作基本意向书」。4月，我们与清华大学签署捐赠协议，设立「清华大学康师傅全球人才成长基金」，助力清华大学全球化人才培养与交流。11月，我们捐资北京大学设立教育发展基金，支持高校的师资建设、人才培养与科技创新，致力于通过校企合作，打造有国际影响力的产学研交流平台，在支持教育事业的同时提升企业竞争力。



▲ 康师傅控股—早稻田大学新十年战略合作线上签约仪式



▲ 北京大学康师傅教育发展基金捐赠仪式



▲ 康师傅捐赠设立「清华大学康师傅全球人才成长基金」

2021年底，康师傅、京东与宾夕法尼亚大学沃顿商学院三方大数据共建项目顺利结案。康师傅在数字化转型过程中不断学习和借鉴世界著名高等学府沃顿商学院的统计学和数据分析的先进理念，并协力沃顿商学院连结京东等电商平台，支持学生举办数据竞赛活动，为学生们创造向领先企业学习的机会，为行业发展及人才培养提供了强有力的支持。



▲ 康师傅控股—沃顿商学院线上领导力论坛

## 附录 1 | 2021 年度社会认可及获奖情况

序号	奖项名称
1	「实现可持续发展目标 2021 企业最佳实践」证书
2	2021 年香港公司管治与环境、社会及管治卓越奖
3	中国企业 ESG 最佳社会 (s) 案例奖
4	2021 百事国际「最佳灌瓶商」荣誉称号
5	第三届 ISEE「卓越创新实践奖」
6	「绿水青山杯」2021 中国饮料行业节水优秀企业
7	「绿水青山杯」2021 中国饮料行业节能优秀企业
8	2020-2021 年度中国方便食品行业优秀创新产品奖
9	2020-2021 年度中国方便食品行业最佳创新奖
10	第二十一届中国方便食品大会最受欢迎的方便食品
11	第十九届中国食品安全大会社会责任领军企业
12	第十九届中国食品安全大会安全管理十强企业
13	重庆市农产品加工业示范企业
14	羊城晚报 2021「绣花精神」新时代榜样公益慈善精神奖
15	2021 中国企业社会责任优秀案例
16	2021 人民企业社会责任年度推荐案例·绿色发展
17	云南省绿色食品 10 强企业
18	2021 年度重点工业企业
19	绿色制造体系示范单位 - 国家级绿色工厂
20	2021 年度诚信企业
21	食品质量安全奖
22	MMA APAC 亚太区移动音频 / 语音 金奖
23	MMA China 媒介策略 Hero APP 联合营销 银奖
24	MMA China 媒介策略 跨媒体 / 跨移动整合 铜奖
25	MMA Global UGC 用户生成 / 影响力营销 银奖
26	m360 最佳泛娱乐奖综艺银奖
27	m360 最佳创新奖全链创新金奖
28	2021 金投赏商业创意奖

## 附录 2 | GRI 可持续发展报告标准索引表

披露项目内容	披露位置
102-1 组织名称	关于康师傅
102-2 活动、品牌、产品和服务	关于康师傅
102-3 总部位置	关于康师傅
102-4 经营位置	关于康师傅
102-5 所有权与法律形式	-
102-6 服务的市场	关于康师傅
102-7 组织规模	-
102-8 关于员工和其他工作者的信息	铸就卓越职场，共享「欢乐饮食，美好生活」
1. 组织概况	从安心走向营养与健康，乐享「欢乐饮食，美好生活」； 供应商 ESG 管理； 反贪污和职业道德管理
102-9 供应链	反贪污和职业道德管理
102-10 组织及其供应链的重大变化	-
102-11 预警原则或方针	关于康师傅； 康师傅可持续发展理念
102-12 外部倡议	支持联合国可持续发展目标与倡议
102-13 协会的成员资格	食品安全管控与建设； 节能节水管理； 水教育
102-14 高级决策者的声明	董事长兼可持续发展委员会主席致辞； 行政总裁兼可持续发展委员会副主席致辞
2. 战略	102-15 关键影响、风险和机遇 应对气候变化
102-16 价值观、原则、标准和行为规范	董事长兼可持续发展委员会主席致辞； 反贪污和职业道德管理
3. 道德和诚信	102-17 关于道德的建议和关切问题的机制 反贪污和职业道德管理

披露项目内容	披露位置
102-18 管治架构	关于康师傅
102-19 授权	-
102-20 行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任	可持续发展管治架构
102-21 就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
102-22 最高管治机构及其委员会的组成	关于康师傅
102-23 最高管治机构主席	-
102-24 最高管治机构的提名和甄选	-
102-25 利益冲突	-
102-26 最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
102-27 最高管治机构的集体认识	-
102-28 最高管治机构的绩效评估	-
102-29 经济、环境和社会影响的识别和管理	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
102-30 风险管理流程的效果	关于康师傅
102-31 经济、环境和社会议题的评审	-
102-32 最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	可持续发展管治架构
102-33 重要关切问题的沟通	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
102-34 重要关切问题的性质和总数	-
102-35 报酬政策	铸就卓越职场，共享「欢乐饮食，美好生活」
102-36 决定报酬的过程	-
102-37 利益相关方对报酬决定过程的参与	-
102-38 年度总薪酬比率	-
102-39 年度总薪酬增幅比率	-

## 4. 管治

披露项目内容	披露位置
102-40 利益相关方群体列表	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
102-41 集体谈判协议	-
5. 利益相关方参与	102-42 利益相关方的识别和遴选
	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
	102-43 利益相关方参与方针
	-
	102-44 提出的主要议题和关切问题
	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
	102-45 合并财务报表中所涵盖的实体
	-
	102-46 界定报告内容和议题边界
	报告说明
	102-47 实质性议题列表
	利益相关方沟通和关键议题重要性评估
	102-48 信息重述
	-
	102-49 报告变化
	-
6. 报告实践	102-50 报告期
	报告说明
	102-51 最近报告日期
	报告说明
	102-52 报告周期
	报告说明
	102-53 有关本报告问题的联系人信息
	报告说明
	102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明
	报告说明
	102-55 GRI 内容索引
	附录 2: GRI 可持续发展报告标准索引表
	102-56 外部鉴证
	-

披露项目内容		披露位置
GRI 201: 经济绩效	GRI 103: 管理方法披露	经济绩效管理方法 -
	议题专项披露	201-1 直接产生和分配的经济价值 -
		201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇 应对气候变化
		201-3 义务性固定福利计划和其他退休计划 -
		201-4 政府给予的财政补贴 -
GRI 202: 市场表现	GRI 103: 管理方法披露	市场表现的管理方法 -
	议题专项披露	202-1 按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比 -
		202-2 从当地社区雇佣高管的比例 -
GRI 203: 间接经济影响	GRI 103: 管理方法披露	间接经济影响的管理方法 -
	议题专项披露	203-1 基础设施投资和支持性服务 -
		203-2 重大间接经济影响 -
GRI 204: 采购实践	GRI 103: 管理方法披露	采购实践管理方法 食品安全管控与建设; 供应商 ESG 管理; 反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	204-1 向当地供应商采购支出的比例 -
GRI 205: 反腐败	GRI 103: 管理方法披露	反腐败的管理方法 反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	205-1 已进行腐败风险评估的运营点 -
		205-2 反腐败政策和程序的传达及培训 反贪污和职业道德管理
GRI 206: 不正当竞争行为	GRI 103: 管理方法披露	不正当竞争行为的管理方法 -
	议题专项披露	206-1 针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼 -

披露项目内容		披露位置	
GRI 301: 物料	GRI 103: 管理方法披露	物料的管理方法 减塑与包装物管理	
	议题专项披露	301-1 所用物料的重量或体积 环境关键绩效指标	
		301-2 所使用的回收进料 减塑与包装物管理	
		301-3 回收产品及其包装材料 减塑与包装物管理	
GRI 302: 能源	GRI 103: 管理方法披露	能源管理方法 节能节水管理; 环境关键绩效指标	
	议题专项披露	302-1 组织内部的能源消耗量 环境关键绩效指标	
		302-2 组织外部的能源消耗量 -	
		302-3 能源强度 环境关键绩效指标	
		302-4 减少能源消耗量 节能节水管理	
302-5 降低产品和服务的能源需求 节能节水管理			
GRI 303: 水资源	GRI 103: 管理方法披露	水资源管理方法 节能节水管理	
	议题专项披露	303-1 按源头划分的取水 环境关键绩效指标	
		303-2 因取水而受重大影响的水源 -	
GRI 304: 生物多样性	议题专项披露	303-3 水循环与再利用 节能节水管理	
		GRI 103: 管理方法披露	生物多样性管理方法 -
		304-1 组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点 -	
	304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响 -		
304-3 受保护或经修复的栖息地 -			
304-4 受运营影响区域的栖息地中已被列入 IUCN 红色名录及国家保护名册的物种 -			

披露项目内容		披露位置	
GRI 305: 排放	GRI 103: 管理方法披露	排放管理方法 减排减碳管理	
	议题专项披露	305-1 直接 (范畴 1) 温室气体排放	环境关键绩效指标
		305-2 能源间接 (范畴 2) 温室气体排放	环境关键绩效指标
		305-3 其他间接 (范畴 3) 温室气体排放	-
		305-4 温室气体排放强度	环境关键绩效指标
		305-5 温室气体减排量	减排减碳管理; 环境关键绩效指标
		305-6 臭氧消耗物质 (ODS) 的排放	-
		305-7 氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大气体排放	减排减碳管理
GRI 306: 污水和废弃物	GRI 103: 管理方法披露	污水和废弃物管理方法 减排减碳管理	
	议题专项披露	306-1 按水质及排放目的地分类的排水总量	-
		306-2 按类别及处理方法分类的废弃物总量	环境关键绩效指标
		306-3 重大泄漏	-
		306-4 危险废物运输	-
		306-5 受排水和 / 或径流影响的水体	-
GRI 307: 环境合规	GRI 103: 管理方法披露	环境合规管理方法 绿色常青, 净享「欢乐饮食, 美好生活」	
	议题专项披露	307-1 违反环境法律法规	-
GRI 308: 供应商环境评估	GRI 103: 管理方法披露	供应商环境评估的管理方法 供应商 ESG 管理	
	议题专项披露	308-1 使用环境标准筛选的新供应商	-
		308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	-

披露项目内容		披露位置	
GRI 401: 雇佣	GRI 103: 管理方法披露	雇佣管理方法 深耕人力资本, 打造卓越职场	
	议题专项披露	401-1 新进员工和员工流动率	人力关键绩效指标
		401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	深耕人力资本, 打造卓越职场
		401-3 育儿假	深耕人力资本, 打造卓越职场
GRI 402: 劳资关系	GRI 103: 管理方法披露	劳资关系的管理方法 深耕人力资本, 打造卓越职场	
	议题专项披露	402-1 有关运营变更的最短通知期	-
GRI 403: 职业健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	职业健康与安全的管理方法 保障员工健康与安全, 打造安心职场	
	议题专项披露	403-1 劳资联合健康安全委员会中的工作者代表	-
		403-2 工伤类别, 工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	人力关键绩效指标
		403-3 从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工作者	-
GRI 404: 培训与教育	议题专项披露	403-4 工会正式协议中的健康与安全议题	保障员工健康与安全, 打造安心职场
		GRI 103: 管理方法披露	培训与教育管理方法 促进员工成长与发展, 打造智慧职场
		404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	促进员工成长与发展, 打造智慧职场
	404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	促进员工成长与发展, 打造智慧职场	
GRI 405: 多元化与平等机会	议题专项披露	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	-
		GRI 103: 管理方法披露	多元化与平等机会的管理方法 深耕人力资本, 打造卓越职场
	405-1 管治机构与员工的多元化	深耕人力资本, 打造卓越职场	
405-2 男女基本工资和报酬的比例	-		

披露项目内容		披露位置	
GRI 406: 反歧视	GRI 103: 管理方法披露	反歧视的管理方法	深耕人力资本, 打造卓越职场
	议题专项披露	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	-
GRI 407: 结社自由与集体谈判	GRI 103: 管理方法披露	结社自由与集体谈判的管理方法	-
	议题专项披露	407-1 结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	-
GRI 408: 童工	GRI 103: 管理方法披露	童工方面的管理方法	深耕人力资本, 打造卓越职场
	议题专项披露	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	-
GRI 409: 强迫或强制劳动	GRI 103: 管理方法披露	强迫或强制劳动方面的管理方法	深耕人力资本, 打造卓越职场
	议题专项披露	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	-
GRI 410: 安保实践	GRI 103: 管理方法披露	安保实践的管理方法	-
	议题专项披露	410-1 接受过人权政策或程序的培训的安保人员	-
GRI 411: 原住民权利	GRI 103: 管理方法披露	原住民权利的管理方法	-
	议题专项披露	411-1 涉及侵犯原住民权利的事件	-
GRI 412: 人权评估	GRI 103: 管理方法披露	人权评估的管理方法	-
	议题专项披露	412-1 接受人权审查或影响评估的运营点	-
	议题专项披露	412-2 人权政策或程序方面的员工培训	-
	议题专项披露	412-3 包含人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约	-
GRI 413: 当地社区	GRI 103: 管理方法披露	当地社区的管理方法	服务社会, 创造价值, 同享「欢乐饮食, 美好生活」
	议题专项披露	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	惠及「三农」
	议题专项披露	413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	-

披露项目内容		披露位置	
GRI 414: 供应商社会评估	GRI 103: 管理方法披露	供应商社会评估的管理方法	食品安全管控与建设; 供应商 ESG 管理; 反贪污和职业道德管理
	议题专项披露	414-1 使用社会标准筛选的新供应商	-
GRI 415: 公共政策	议题专项披露	414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	-
	GRI 103: 管理方法披露	公共政策的管理方法	-
GRI 416: 客户健康与安全	议题专项披露	415-1 政治捐赠	-
	GRI 103: 管理方法披露	客户健康与安全的管理方法	从安心走向营养与健康, 乐享「欢乐饮食, 美好生活」
GRI 417: 营销与标识	议题专项披露	416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	从安心走向营养与健康, 乐享「欢乐饮食, 美好生活」
	议题专项披露	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	-
GRI 418: 客户隐私	GRI 103: 管理方法披露	营销与标识的管理方法	广告和知识产权管理
	议题专项披露	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	广告和知识产权管理
	议题专项披露	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	-
GRI 419: 社会经济合规	议题专项披露	417-3 涉及市场营销的违规事件	-
	GRI 103: 管理方法披露	客户隐私管理方法	服务消费者
GRI 419: 社会经济合规	议题专项披露	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	-
	GRI 103: 管理方法披露	社会经济合规的管理方法	广告和知识产权管理; 反贪污和职业道德管理
GRI 419: 社会经济合规	议题专项披露	419-1 违反社会与经济领域的法律和法规	-

## 附录 3 | 联合国全球契约十项原则

联合国全球契约十项原则		披露位置
人权	原则 1 企业界应支持并尊重国际公认的人权	铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食，美好生活」
	原则 2 绝不参与任何模式和践踏人权的行	铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食，美好生活」
劳工	原则 3 企业界应支持结社自由及切实承认集体谈判的权	铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食，美好生活」
	原则 4 消除一切形式的强迫和强制劳动	铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食，美好生活」
	原则 5 切实废除童工	铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食，美好生活」
	原则 6 消除就业和职业方面的歧视	铸就卓越职场， 共享「欢乐饮食，美好生活」
环境	原则 7 企业界应支持采取预防性措施方法应对环境挑战	迈向「碳中和」， 引领「欢乐饮食，美好生活」 绿色常青， 净享「欢乐饮食，美好生活」
	原则 8 采取主动行动促进在环境方面更负责任的做法	迈向「碳中和」， 引领「欢乐饮食，美好生活」 绿色常青， 净享「欢乐饮食，美好生活」
	原则 9 鼓励开放和推广环保技术	迈向「碳中和」， 引领「欢乐饮食，美好生活」 绿色常青， 净享「欢乐饮食，美好生活」
反贪污	原则 10 企业界应努力反对一切形式的腐败，包括敲诈和贿赂	反贪污和职业道德管理

## 附录 4 | ISO26000: 社会责任指南 (2010) 索引表

核心主题和议题	披露位置
核心主题：组织治理	公司治理
议题 1：尽职审查	-
议题 2：人权风险状况	-
议题 3：避免同谋	反贪污和职业道德管理
议题 4：处理申诉	反贪污和职业道德管理
核心主题：人权	议题 5：歧视和弱势群体 深耕人力资本，打造卓越职场
议题 6：公民权利和政治权利	深耕人力资本，打造卓越职场
议题 7：经济、社会和文化权利	深耕人力资本，打造卓越职场
议题 8：工作中的基本原则和权利	深耕人力资本，打造卓越职场
核心主题：劳工实践	议题 1：就业和雇佣关系 深耕人力资本，打造卓越职场
议题 2：工作条件和社会保护	深耕人力资本，打造卓越职场； 保障员工健康与安全，打造安心职场
议题 3：社会对话	深耕人力资本，打造卓越职场； 利益相关方沟通和关键议题重要性评估
议题 4：工作中的健康与安全	保障员工健康与安全，打造安心职场
议题 5：工作场所中人的发展与培训	促进员工成长与发展，打造智慧职场
核心主题：环境	议题 1：防止污染 减排减碳管理
议题 2：资源可持续利用	节能节水管理； 减塑与包装物管理
议题 3：减缓并适应气候变化	应对气候变化
议题 4：环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复	可持续原物料采购
核心主题：公平运行实践	议题 1：反腐败 反贪污和职业道德管理
议题 2：负责任的政治参与	反贪污和职业道德管理
议题 3：公平竞争	反贪污和职业道德管理
议题 4：在价值链中促进社会责任	供应商 ESG 管理
议题 5：尊重产权	广告和知识产权管理

核心主题和议题	披露位置	
核心主题： 消费者问题	议题 1: 公平营销、真实公正的信息和公平的合作实践	广告和知识产权管理； 反贪污和职业道德管理
	议题 2: 保护消费者健康与安全	食品安全管控与建设； 健康营养产品研发与拓展
	议题 3: 可持续消费	可持续原物料采购
	议题 4: 消费者服务、支持和投诉及争议处理	服务消费者
	议题 5: 消费者信息保护与隐私	服务消费者
	议题 6: 基本服务获取	聚焦社会关怀
	议题 7: 教育和意识	食品安全管控与建设； 食安科普； 水教育； 校企合作
核心主题： 社区参与和发展	议题 1: 社区参与	利益相关方沟通和关键议题重要性评估； 服务社会，创造价值，同享「欢乐饮食，美好生活」
	议题 2: 教育和文化	食品安全管控与建设； 食安科普； 水教育； 校企合作
	议题 3: 就业创造和技能开发	聚焦社会关怀； 校企合作； 供应商 ESG 管理
	议题 4: 技术开发与获取	供应商 ESG 管理； 健康营养产品研发与拓展
	议题 5: 财富与收入创造	聚焦社会关怀
	议题 6: 健康	健康营养产品研发与拓展； 体育公益； 抗疫援助； 保障员工健康与安全，打造安心职场
	议题 7: 社会投资	康师傅可持续发展理念； 服务社会，创造价值，同享「欢乐饮食，美好生活」