

# 中国食品行业企业 社会责任研究报告 2020



# 《中国食品行业企业社会责任研究分析报告(2020)》

## 主编单位：

中国食品工业协会

责扬天下(北京)管理顾问有限公司

---

## 编辑委员会

徐坚 殷格非

## 编写组组长

潘韧 林波 付宇杰

## 编写组成员 (排名不分先后)

付宇杰 杨时惠 肖冰 马小娟 乔童

---



# 目 录

<b>前言</b> .....	<b>2</b>
<b>1. 食品行业企业社会责任发展背景</b> .....	<b>3</b>
1.1 中国食品工业产业快速发展 .....	3
1.2 我国食品安全法制逐步完善，加强食品安全监督管理 .....	3
1.3 政府高度重视食品行业企业社会责任 .....	4
1.4 危难时刻挺身而出，体现食品行业企业责任担当 .....	5
1.5 重视社会责任信息披露，积极发布社会责任报告 .....	5
<b>2. 食品行业企业社会责任发展现状及存在的问题</b> .....	<b>7</b>
2.1 食品行业企业社会责任发展现状 .....	7
2.2 目前食品行业企业社会责任履行中存在的问题 .....	11
<b>3. 推进食品行业企业履行社会责任的建议</b> .....	<b>13</b>
3.1 制定和推广食品行业社会责任标准，促进食品行业企业履责水平提升 .....	13
3.2 重视和保障食品安全 .....	13
3.3 提升食品行业企业社会责任履责主体意识，将社会责任管理融入企业日常运营 .....	13
3.4 积极发布企业社会责任报告，建立社会责任信息常态化披露机制 .....	14



# 前言

食品工业是我国现代工业体系中的首位产业，也是全球第一大食品产业，受益于国家扩大内需政策的推进、城乡居民收入水平持续增加、食品需求刚性以及供给侧结构性改革红利的逐步释放，食品工业生产水平得到了快速提高，产业结构不断优化与扩大，品种档次也更加丰富。随着人均食品购买能力及支出逐年提高，中国食品市场的需求量实现了快速增长，食品消费与需求朝着追求质量、营养、安全、多样、方便型转变。

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央坚持以人民为中心的发展思想，把食品安全工作放在“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局中统筹谋划部署，在体制机制、法律法规、产业规划、监督管理等方面采取了一系列重大举措。党的十九大报告中明确提出实施食品安全战略，让人们吃得放心，是党中央着眼党和国家事业全局，对食品安全工作作出的重大部署，是决胜全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的重大任务。人民日益增长的美好生活需要也对加强食品安全工作提出了新的更高要求；推进国家治理体系和治理能力现代化，推动高质量发展，实施健康中国战略和乡村振兴战略，为解决食品安全问题提供了前所未有的历史机遇。

当前，我国食品工业在中央及各级地方政府的高度重视下，在 market 需求的快速增长和科技进步的有力推动下，实现了持续、快速、健康发展的良好态势，食品工业企业履行社会责任的主动意识逐步增强，履责水平不断提升。但是，我国食品安全工作仍面临不少困难和挑战，形势依然复杂严峻，如日益频出的食品安全问题等，都影响到人民群众的获得感、幸福感、安全感，成为全面建成小康社会、全面建设社会主义现代化国家的明显短板，因此，必须推动食品行业企业切实有效地开展社会责任实践，在遵守法律法规和基本道德规范的基础上实现更高的企业社会价值，共同推动食品工业整体可持续性水平的不断提高，推动行业可持续发展。

本研究报告从食品行业社会责任发展的背景、发展现状及存在的问题以及推进食品行业企业履行社会责任的建议三方面进行阐述，系统地总结了食品行业社会责任发展的特点与不足，也为食品行业企业更好地履行社会责任指明了方向，提出了建议，为食品行业企业更好地推动社会责任工作提供支撑，将有助于促进我国食品行业企业履行社会责任水平的整体提升。

《中国食品行业企业社会责任研究分析报告（2020）》编委会

2020年12月

# 1. 食品行业企业社会责任发展背景

## 1.1 中国食品工业产业快速发展

食品工业与广大人民群众生命、安全与健康息息相关，是社会经济活动中一个必不可少的组成部分，是我国国民经济中重要的支柱产业。改革开放以来，我国食品工业快速发展，已经成为我国现代工业体系中首位产业和全球第一大食品产业，在保障民生、拉动内需、带动相关产业发展和县域经济发展、促进社会和谐稳定等方面做出了巨大贡献。

据国家统计局数据显示，2020年1-10月份，全国食品工业经济效益整体保持了平稳增长，35109家规模以上食品工业企业实现主营业务收入7.6万亿元，同比增长1.7%，保持恢复上涨趋势；食品工业实现利润总额6200.3亿元，同比增长13.0%，增幅比上半年扩大4.7个百分点，企业效益逐步改善。食品工业总规模的不断扩大，食品科技自主创新能力和产业支撑能力显著提高，食品生物工程、绿色制造、食品安全、中式主食工业化、精准营养、智能装备等领域科技水平进入世界前列。食品工业进一步向营养、健康、安全、多样、方便、美味的方向发展，绿色制造、智能制造能力大幅度提高，推动食品产业从注重数量增长向提质增效转变<sup>1</sup>。食品工业的快速发展为我国国民经济发展和提高人民饮食水平、生活质量作出了重要贡献。

## 1.2 我国食品安全法制逐步完善，加强食品安全监督管理

食品安全问题是关系到千千万万人民群众切身利益的社会问题，我国政府高度重视食品安全问题和食品安全标准的体系建设，逐步完善食品安全法律法规。

1982年，《中华人民共和国食品卫生法（试行）》的发布标志着食品卫生管理工作走向了法制化阶段。1995年10月，第八届全国人民代表大会常务委员会第十六次会议通过了《中华人民共和国食品卫生法》对食品卫生标准和管理办法、食品卫生监督和法律责任等诸方面做了明确的规定。1993年10月31日颁布、1994年1月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法》，该部法律的颁布实施也是我国第一次以立法的形式全面确认消费者的权利。2009年2月第十一届全国人民代表大会常务委员会第七次会议通过了《中华人民共和国食品安全法》，明确食品安全风险评估结果作为制定、修订食品安全标准和对食品安全实施监督管理的科学依据。2006年1月份新修订《公司法》第五条要求公司“承担社会责任”，

---

1 [http://www.cqn.com.cn/pp/content/2019-09/26/content\\_7590486.htm](http://www.cqn.com.cn/pp/content/2019-09/26/content_7590486.htm)，《中国食品工业发展70年历程回眸》，中国质量新闻网



引入公司应承担社会责任的制度，而且在分则中设计了一套充分强化公司社会责任的具体制度，对公司履行社会责任提出来明确要求。2007年，国务院第186次常务会议通过《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》，进一步加强食品等产品安全监督管理，明确生产经营者、监督管理部门和地方人民政府的责任，加强各监督管理部门的协调、配合，保障人体健康和生命安全。2010年，卫生部发布《餐饮服务食品安全监督管理办法》，对加强餐饮服务监督管理，保障餐饮服务环节食品安全作出规定。2018年，国家市场监管总局发布《餐饮服务食品安全操作规范》，指导餐饮服务提供者，按照食品安全法律、法规、规章、规范性文件要求，落实食品安全主体责任，提升食品安全管理能力。2019年，国务院第42次常务会议修订通过《中华人民共和国食品安全法实施条例》，强调食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度，采取有效措施预防和控制食品安全风险，保证食品安全。2020年，国家市场监管总局发布《食品销售者食品安全主体责任指南（试行）》，进一步督促食品销售者严格落实食品安全主体责任，合法合规开展经营活动。

### 1.3 政府高度重视食品行业企业社会责任

我国政府一直高度重视食品行业的企业社会责任工作，积极倡导推动企业履行社会责任，并出台一系列相关政策和要求，对食品行业履行社会责任的方向和重点领域提出了要求，促使食品行业企业不断深化社会责任理念，不断完善社会责任管理水平。

2016年，国务院印发实施《“健康中国2030”规划纲要》，食品行业营养与安全进一步受到关注。2017年，党的十九大报告将“实施健康中国战略”作为国家发展基本方略中的重要内容。近年来国家关于食品营养健康的主要政策包括：《“十四五”卫生与健康规划》、《国民营养计划（2017—2030年）》、《中国儿童发展纲要（2011-2020）》等，对食品行业企业履行社会责任提出新要求，强调“实施食品安全战略，让人民吃得放心”，指出企业需进一步树立和强化社会责任意识。2019年，国务院发布《关于深化改革加强食品安全工作的意见》，对食品安全工作提出进一步要求：遵循“四个最严”要求，建立食品安全现代化治理体系，提高从农田到餐桌全过程监管能力，提升食品全链条质量安全保障水平，增强人民群众的获得感、幸福感、安全感，为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦奠定坚实基础。2019年6月，国务院食品安全委员会在印发的《2019年食品安全重点工作安排》中强调：“要围绕人民群众普遍关心的突出问题，开展食品安全放心工程建设攻坚行动，推动提升食品全链条质量安全保障水平，不断提高人民群众获得感、幸福感、安全感”。

## 1.4 危难时刻挺身而出，体现食品行业企业责任担当

每当遭遇重大灾难时间，食品行业企业总是挺身而出，积极捐款捐物、加强供给保障，以食品行业企业的专有优势体现责任担当。

2008年5月12日，汶川发生里氏8.0级地震，食品行业企业积极投身救灾活动：四川省本地企业新希望六合公司，一边开展自救，一边将食品等运送到灾区，帮助汶川人民早日渡过难关；王老吉捐款一亿元人民币，诠释了民族企业精神。2020年初，新型冠状病毒肺炎疫情波及全国，食品行业企业积极投入疫情防控工作，在捐资捐物的同时，积极响应国家市场监督管理总局发起的“保价格、保质量、保供应”系列行动，在疫情防控期间根据市场需求，加快恢复产能，保证产品质量，提升服务水平，畅通物流运输，确保安全防护，保持价格稳定，丰富市场供给，为疫情防控贡献食品行业的力量。伊利集团调拨约150万箱产品送至全国31个省区市的数千家医院、疾控中心、诊所、隔离观察点、公安交警部门等一线机构，保障一线工作者的健康。可口可乐公司持续启动“净水24小时”，利用企业系统多年积累的本地化生产和分销渠道优势，调动全球资源提供物资帮助，力争在24小时内将饮用水送达救灾一线。诺维信（中国）投资有限公司建立全方位供应运输管理模式，调动全部物流资源，密切关注途经地区道路运输政策实时更新，在建立大宗物料临时应急安全库存的同时，确保各种酶制剂生产所需原材料和防疫物资送达各个工厂，保障酒精原材料酶制剂的生产工作。

## 1.5 重视社会责任信息披露，积极发布社会责任报告

2008年1月12日，北京稻香村食品有限责任公司发布了传统食品行业首份社会责任报告。中国工业经济联合会主席团主席、副会长顾家麒指出，发布社会责任报告，北京稻香村是中国传统食品行业的首家，为中国食品企业树立了一个好榜样。越来越多的食品行业企业认识到履责社会责任的重要性。

2018-2020年，编委会通过企业主动寄送、从企业官方网站下载及网络查询等方式，共搜集食品行业企业社会责任报告、可持续发展报告、环境社会及管治报告213份。2020年，食品行业企业发布的社会责任报告、可持续发展报告、环境社会及管治报告共75份，相比上年报告数量略有增加。在食品行业发布的报告中，连续发布报告在5次以上的食品行业企业达到42家，占比为56.00%，较上一年增加4家；连续发布报告在4次的食品行业企业达到9家，占比为12.00%，较上一年增加5家。社会责任报告发布的连续性，体现出食品行业企业进一步重视企业社会责任信息披露，将发布社会责任报告作为对外沟通的一种重要途径，实现与利益相关方更好地沟通，逐步建立起常态化的社会责任报告发布机制。

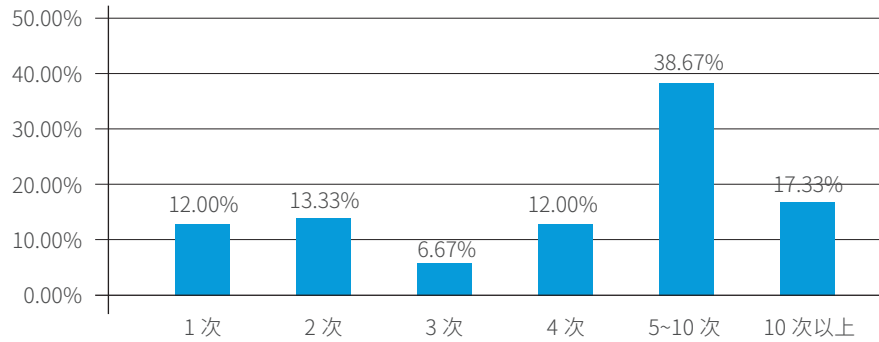


图1 食品行业企业社会责任报告发布次数

在食品行业企业社会责任报告发布主体中，国有控股企业占比最高，达到44.00%，成为食品行业企业发布社会责任报告的主体力量。其次为民营企业，发布报告数量占比为30.67%，说明民营食品企业也较为重视通过发布社会责任报告，以积极的态度回应利益相关方的需求。

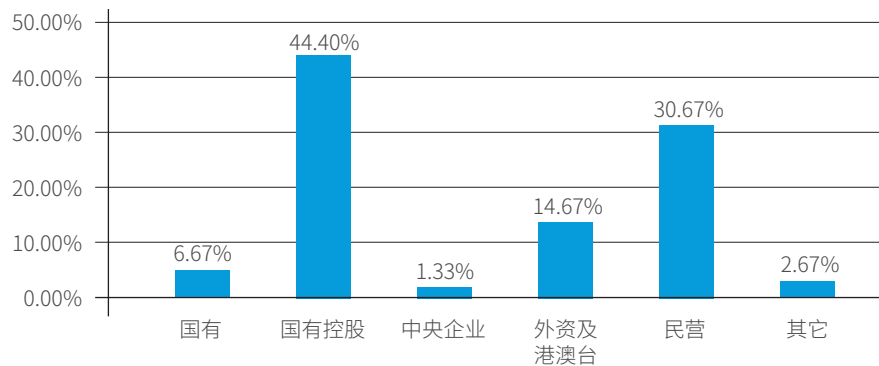


图2 食品行业企业发布报告主体

据统计，食品行业企业社会责任报告篇幅在31页及以上占比为57.33%，篇幅在51页以上的报告占比38.67%。体现食品行业企业更加趋向于向外部利益相关方披露更加丰富的社会责任履责实践信息。

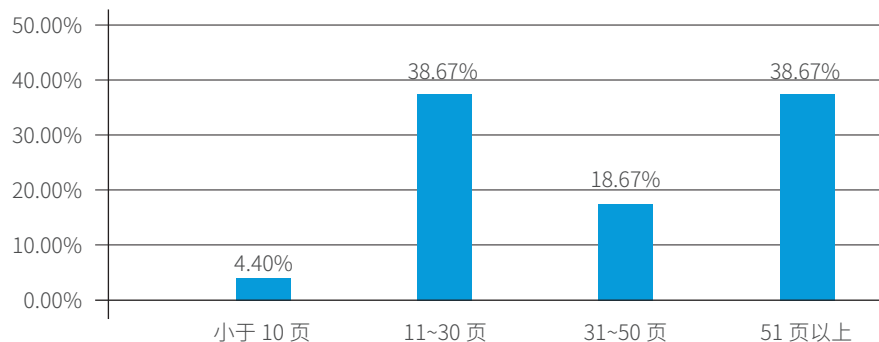


图3 食品行业企业社会责任报告篇幅



## 2. 食品行业企业社会责任发展现状及存在的问题

### 2.1 食品行业企业社会责任发展现状

随着社会责任在食品行业的不断深入，食品行业企业社会责任发展现状主要表现在以下几个方面：

#### 2.1.1 食品行业企业认识到食品安全是首要，也是最基本的社会责任

民以食为天，食以安为先。食品安全关系群众的生命安全，关系社会和谐稳定大局，直接影响人民生活质量和水平。改革开放以来，中国工业化、城市化进程加快，人民生活水平不断提高，中国工业食品企业发展迅速，但食品安全事件仍时有发生：“苏丹红一号”、三聚氰胺奶粉、瘦肉精、塑化剂等一系列食品安全事件暴露出我国食品行业企业在自律方面、诚信建设方面的缺失、社会责任意识的不足。随着法律的逐步完善，市场监管的不断严格，食品行业企业逐渐认识到，食品安全是企业发展的根本，食品安全是首要的责任。

近年来，在国家的治理推动下，我国食品安全法制建设逐步完善，市场监管日趋严格，各级政府高度重视食品质量和食品安全监管，大范围食品安全事件已经很少出现。2015年《食品安全法》修订后，相关部门加大了对不合格食品生产、销售单位的处罚力度，起到了净化市场的作用，我国食品安全总体趋势向好。2019年底，英国《经济学人》杂志旗下智库发布的《2019年全球食品安全指数报告》中，中国食品安全指数在全球113个国家和地区中排名第35位，较上一年上升11位。

部分大型食品行业企业在企业发展中明确食品安全主体责任和首负责任，进一步加强食品安全管理体系认证，对原料、生产、产品进行严格把控，进行全产业链管理，更新产品生产技术和引进现代化生产设备，将食品安全的风险降到最低。

例如，中粮集团高度重视和发展食品生产全过程可追溯，制定并实施《中粮集团可追溯体系建设现状评估与规划方案》《可追溯体系建设通用指南》和《可追溯体系评估标准》，提升产业链可追溯能力和机制效率，并持续加强对各专业化公司的可追溯体系建设的指导，开展对各专业化公司的可追溯体系成熟度评估和演练。<sup>2</sup>

娃哈哈集团在企业内部建立起了覆盖全过程的食品安全管理网络，明确食品安全主体责任和首负责任，并建立了以“后道监督前道”为基本理念的质量管理链和食品安全隐患排查与风险监测制度，构筑食品安全预防防控系统。<sup>3</sup>

2 资料来源：《中粮集团 2019 社会责任报告》

3 资料来源：《娃哈哈官网产品质量与安全专栏》



伊利集团在 2019 年升级“质量领先 3210 战略”为“品质领先 3310 战略”，打造全产业链质量管理生态圈，在产业链上游开展智能化、标准化、集约化、规范化的牧场建设，统一规范现代牧场所有环节；在产业链中游建立严苛的质量管控标准，首创“质量管控三条线”，一是国家标准线；二是企业标准线：较国家标准线提升 50% 的标准；三是内部控制线：较企业标准线提升 20% 的标准；在产业链下游建立完善的产品追溯制度。<sup>4</sup>

益海嘉里集团在产品质量和食品安全管理上精益求精，不断引进国内外质量和食品安全的先进管理理念以及完善的食品安全管理体系。建立了从源头管理、生产加工、仓储物流、终端客户服务等全过程安全管理体系；通过 170 多个实验室、430 项检测项目，保障产品质量安全。<sup>5</sup>

### 2.1.2 部分先进食品行业企业将社会责任理念融入日常管理

食品行业部分先进企业不断探索对社会责任的认识和理解，主动找寻适合自身的社会责任管理推进路径，将社会责任融入企业发展战略、目标、企业文化和日常经营中，重视组织决策对社会责任的影响，守法合规、防范风险，鼓励利益相关方沟通和参与，以推进企业社会责任履责实践和绩效持续改进。

如中粮集团在社会责任报告中披露中粮搭建“理念-策略-目标-行动”的履责行动路线，推动社会责任理念融入企业管理和日常运营，建立起具有中粮特点的社会责任文化体系。



图 4 中粮集团“理念-策略-目标-行动”履责行动路线<sup>6</sup>

4 资料来源：《内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2019 年社会责任报告》

5 资料来源：益海嘉里官网食品安全专栏

6 资料来源：《中粮集团有限公司 2019 年社会责任报告》



中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司将社会责任理念作为“文化茅台”建设的重要一环，贯穿于公司长期发展战略始终，在持续履行社会责任积极实践中，建立并不断完善企业社会责任体系，形成了切实可行的模式，通过设立专门的社会责任管理委员会、社会责任管理工作推进领导小组、社会责任管理工作办公室，对各个社会责任项目进行长效管理，自上而下推进社会责任工作。通过横向协调，纵向承接，有力地团结并引领各利益相关方，实现经济责任、环境责任和社会责任的有机统一。<sup>7</sup>

华润怡宝不断完善社会责任管理体系，将社会责任融入公司战略、组织管理和日常运营，聚焦股东责任、员工责任、客户责任、环境责任、伙伴责任、公共责任六大领域持续推进责任实践，为实现经济、社会与环境的综合价值最大化奠定坚实的基础。<sup>8</sup>北京三元食品股份有限公司以联合国可持续发展目标（SDGs）为行动指导，积极探索乳业可持续发展的路径，对标可持续发展目标。<sup>9</sup>

雀巢公司奉行“创造共享价值”原则，致力于在核心业务领域发现并改善社会问题，深刻意识到包装材料对于环境可持续的重要性以及顾客和消费者在功能和情感方面对包装的更高要求，致力于开发既能满足顾客和消费者的要求又能降低环境足迹的创新解决方案，同时与价值链合作伙伴和行业协会深入合作，探索不同的包装解决方案，以减少塑料的使用，促进回收再利用，开发消除塑料废物的新途径。

### 2.1.3 产业链合作成为关注焦点

目前，我国食品产业链各环节的发展水平仍不均衡：在产业链的上游，我国食品行业企业在种源和种养殖方面基本处于小规模化、分散化、粗放式的生产方式，标准化、规模化成为发展要求；在产业链中游，我国食品企业的发展水平和加工能力与国际上同业先进水平保持同步，客观上存在着部分食品加工能力大量闲置的问题；在产业链下游，食品物流特别是冷链物流发展水平滞后于食品产业发展需要。所以，食品产业发展需要产业链规模化的整合，均衡性的发展，产业链一体化成为行业发展的趋势。在此背景下，处于食品行业全产业链<sup>10</sup>核心的食品企业，肩负着将原材料转变为高价值的产品，是一个确保食品安全和延长货架期的转化过程。

2016年，光明食品集团与荷兰合作银行联合发布的《2016年中国食品产业发展趋势报告》报告指出：三聚氰胺事件使得消费者的偏好发生改变，迫使食品企业在投资、生产和市场营销以及与消费者沟通时，更关注整个供应链。在2020年发布的75份食品行业企业社会责任报告中有28.02%的企业在报告中对供应链管理进行了披露：为了保障上游原材料供应的安全，下游食品企业开始尝试掌控上游资源，通过对产品质量进行全程控制，实现食品安全可追溯，打造“安全、放心、健康”食品产业链。

7 资料来源：《中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司2018年社会责任报告》

8 资料来源：《华润怡宝饮料（中国）有限公司2019年社会责任报告》

9 资料来源：《北京三元食品股份有限公司2019年社会责任报告》

10 食品行业“全产业链”是指由田间到餐桌所涵盖的种植与采购、贸易/物流、食品原料/饲料原料及生化、养殖与屠宰、食品加工、分销/物流、品牌推广、食品销售等多个环节构成的完整的产业链系统。



例如，上海金枫酒业股份有限公司维护合作伙伴利益，完善供应商采购制度，提升供应商信心，提高经销商效益，及时处理经销商反馈信息，提高经销商满意度，帮助其解决经营性问题，共享创造价值。<sup>11</sup> 中粮集团结合自身优势，为中小企业、农户等产业链伙伴提供必要支持和服务，携手构建共赢生态圈，实现共同可持续发展。同时，中粮集团还通过参与行业标准制定、参与论坛等方式，促进行业交流，持续发挥现代农业的引领作用。<sup>12</sup>

#### 2.1.4 重视文化保护、传播和传承

在全球化浪潮中，保护各民族的传统文对维护世界文化的多样性具有十分重要的意义。伴随着全球各个国家对于饮食文化发展的空前重视，民族文化成为国家经济发展的最重要元素。食品是人类生存的必需品，当食品成为遗产化的文化策略，展现的是国家软实力和民族的荣誉感。

近年来，中国食品兴起了一阵“国潮风”，将中华老字号融入“国潮”元素，旨在鼓励食品老字号把传统物质和文化元素与时下新潮流行的产品或内容元素通过时尚创意联系在一起，让年轻的消费群体感受老字号食品文化传承，领略食品中华老字号在互联网时代的“国潮新风尚”。

例如，江苏洋河酒厂股份有限公司积极传承和保护民族文化遗产，自2014年以来连续举办封藏大典，展示传统优秀酒文化和中国白酒传统酿造技艺，“洋河地下酒窖”入选全国重点文物保护单位、“洋河老窖池群及酿酒作坊”入选国家工业遗产。同时，该公司以酒为媒，积极响应“一带一路”国家战略，主动参与国际合作交流，将中国白酒的历史底蕴与文化神韵传播至美洲、欧洲、非洲、东南亚等多个国家和地区。<sup>13</sup>

北京二商王致和食品有限公司秉持“酿人间美味，造百姓口福”的经营宗旨，将弘扬中华文化，推广科普宣传作为王致和履行社会责任的重要举措。2010年12月18日，由北京市科委支持，北京二商王致和食品有限公司承办的中国首家腐乳科普馆在北京二商王致和公司院内举行落成典礼，馆内展厅设计以“东方奶酪腐乳时刻关爱您的健康”为主线，集科学性与趣味性于一体，通过实物模型、视频、互动体验等多种方式，全面系统地展现了腐乳这种神奇发酵性豆制品的奥妙，将中国这一民族特色产品的发展历史、加工技术和健康效用展示给公众，弘扬传统文化，普及食品传统文化。

11 资料来源：《上海金枫酒业股份有限公司2019社会责任报告》

12 资料来源：《中粮集团有限公司2019年社会责任报告》

13 资料来源：《江苏洋河酒厂股份有限公司2019年社会责任报告》



### 2.1.5 重视消费者教育, 普及营养健康知识

向消费者推广健康生活方式, 提升公众健康水平的消费者教育成为食品行业企业的重要关注之一。

伊利致力于为中国母婴群体提供全方位、多层次的健康指导, 在国内首倡“母婴生态圈”战略, 与母婴服务媒体和平台达成战略合作, 成就多平台、全产业链线上线下的联动, 从孕期科普到新生儿哺育知识科普, 从新手妈妈教育到职场妈妈关怀, 将妈妈们的需求和服务平台紧密联合在一起。通过邀请专业人士答疑、提供妈妈互动平台、连接线上线下消费网点等方法, 为新手妈妈们提供了化零为整的便利体验。蒙牛乳业通过深入洞察消费者需求, 依据不同客户需求设计包装, 引导消费者购买不同分量的产品以减少浪费, 并打通线上与线下多维传播管道, 不断向公众宣导健康的生活方式。

2018年, 蒙牛冠益乳联合益生菌研究公司联合相关行业组织, 以微博、微信为主平台, 聚焦大众饮食话题, 科普益生菌知识, 推广健康生活方式。

飞鹤乳业通过创新形式激励父母关注育儿话题, 帮助服务解决育儿上的困难, 采用90后喜闻乐见的沟通形式, 真实还原育儿场景, 针对消费者痛点难点引入权威专家的育儿观点, 帮助父母解决育儿道路上的困惑, 进一步推动中国婴幼儿照护高质量发展。

## 2.2 目前食品行业企业社会责任履行中存在的问题

### 2.2.1 社会责任信息披露不足

食品行业关系着广大人民群众的生命、安全和健康, 公众非常关心企业的社会责任履行情况。我国食品行业企业众多, 根据相关数据统计, 2019年规模以上食品企业有36881家, 实现了工业增加值同比增长4.4%。<sup>14</sup>然而, 截至2020年10月31日发布社会责任报告的食品行业企业数量仅为75家, 与食品行业规模以上企业数量相比, 发布社会责任报告的企业数量微乎其微, 连续发布社会责任报告, 并将其作为对外沟通的重要途径的食品行业企业则更少。

同时, 我国食品企业社会责任信息获取较难, 大部分食品行业企业未在官网上设置社会责任专门模块, 缺乏常态化社会责任信息披露渠道。因此, 食品行业企业有必要通过发布社会责任报告, 通过官网、官微等多种手段增加社会责任信息常态披露渠道, 进一步提升信息透明度, 认识到社会责任信息披露的重要性, 塑造食品行业企业负责任的形象。

### 2.2.2 社会责任管理信息披露较少

在2020年发布的75份食品行业企业社会责任报告中, 大部分企业履责信息披露主要以展示企业的履责成效为主, 社会责任管理信息的披露较少。大部分食品行业企业未能有效地披露社会责任融入公司业务决策流程情况、在社会责任工作方面的计划、利益相关方及重要议题的识别和排序以及风险机遇分析等。

14 资料来源: 中国食品工业协会《2019年中国食品工业经济运行报告》



### 2.2.3 识别出利益相关方,但沟通缺乏针对性

在 2020 年发布的 75 份食品行业企业社会责任报告中, 55.48% 的企业披露了与识别利益相关方的内容, 44.75% 的企业在社会责任报告中披露了与利益相关方沟通的渠道和方式, 41.67% 的企业披露了利益相关的要求与期望, 说明发布报告的食品行业企业在信息披露中注重识别企业涉及的利益相关方, 能较好地识别出与利益相关方相关的内容, 但在与相关的沟通渠道和方式以及了解利益相关方的要求与期望方面信息还有待丰富与完善, 在回应利益相关方诉求与解决企业社会责任工作中较为缺乏针对性。

### 2.2.4 供应链管理难度较大

食品供应链较长, 涉及上下游多个行业领域, 如农业、畜牧业、渔业、食品加工、包装储运、餐饮、生态保护和环境治理业等。例如, 在种植、养殖环节滥用违禁农兽药, 在生产加工环节超量或超范围使用食品添加剂, 或使用非食品原料, 以及在储运环节温度不适宜、保存不当等, 任一环节出现问题都可能对食品质量安全产生影响, 供应链管理难度大。

供应链上各成员之间要紧密合作, 对整个食品供应链的质量安全风险进行有效控制和预防, 以最大程度降低食品安全问题发生的可能性。食品行业的供应链管理需要各利益相关方共同履行责任, 共同努力。

## 3. 推进食品行业企业履行社会责任的建议

### 3.1 制定和推广食品行业社会责任标准，促进食品行业企业履责水平提升

关于我国食品行业企业社会责任的原则性规定集中体现在《公司法》和《食品安全法》等相关法律法规中，但对食品行业企业的社会责任只作了笼统概述，食品生产经营者应承担的主体责任并没有明确界定和详细说明。从2017年起，中国食品工业协会开始制定《食品行业社会责任实施指南》，并通过国家工信部行业标准立项，该标准进一步帮助食品行业企业了解自身所应承担的社会责任与企业发展之间的辩证关系，引导食品行业企业更加重视对企业社会责任的执行，提升履行社会责任的意识。建议食品行业企业积极应用即将发布的《食品行业社会责任实施指南》，尤其是行业龙头企业应发挥引领作用，率先示范，为中小企业做好表率，推动食品行业企业供应链上下游企业履行社会责任，促进食品行业企业社会责任履责水平的整体提升。

### 3.2 重视和保障食品安全

保障食品安全和质量是重大的民生问题，也是食品企业核心的社会责任议题，不断出现的食品质量和食品安全问题对食品企业履行社会责任提出了新的挑战。食品企业应不断强化自身社会责任意识，将社会责任理念主动融入企业发展战略和规划中，积极履行和担当社会责任，保障食品安全，严格执行国家、地方和企业的相关标准，提供安全、营养、健康的食品，保障好消费者“舌尖上的安全”，助力健康中国建设。

### 3.3 提升食品行业企业社会责任履责主体意识，将社会责任管理融入企业日常运营

食品行业企业应提升自身的社会责任意识，认识到企业是社会责任的履行主体，履行社会责任不仅可以提高食品行业企业的竞争力、促进食品行业企业的可持续发展，而且对食品行业企业树立良好的社会形象和长期发展大有裨益。通过积极履行企业社会责任带动企业整体的发展。树立良好的公众和社会形象，提升企业软实力。随着政府对食品行业企业社会责任的不断重视，公众对食品安全的关注越来越高，食品行业企业更应该加强社会责任管理，将社会责任管理融入企业经营过程，提升履责水平。



### 3.4 积极发布企业社会责任报告，建立社会责任信息常态化披露机制

企业履行好社会责任，责任意识、履责行动、信息披露缺一不可。社会责任信息及时、全面、有效的披露，对于企业树立负责任形象、展示履责成效、打造责任品牌具有关键性重大意义。编制和发布社会责任报告，是企业社会责任形象和业绩的集中体现，也是企业与社会各界沟通交流的有效载体。

国资委多年来持续推动中央企业建立社会责任报告制度，要求有条件的中央企业要定期发布社会责任报告或可持续发展报告；明确将“履行社会责任情况”作为中央企业“依法确定主动公开的信息内容”之一。上交所、深交所和港交所也十分重视上市企业社会责任信息的披露。其中，从2008年开始，上交所陆续通过专题发布通知和在上市公司年度报告的通知中提要求的方式来要求上市公司履行社会责任方面的信息披露义务。港交所2019年12月新发布《ESG指引》咨询总结，从强调ESG信息披露转变为强调ESG管理。深交所也于2020年9月，修订了《深圳证券交易所上市公司信息披露工作考核办法》，规定了对上市公司履行社会责任的披露情况进行考核。截至2020年8月底，在上海、深圳和香港上市的食品企业共有115家，这些企业都必须遵照上交所、深交所和港交所的要求发布ESG报告。食品行业作为社会经济活动中一个重要的组成部分，关系着广大人民群众的生命、安全和健康，因此，食品行业企业更有必要通过发布社会责任报告来进一步提升信息透明度，认识到社会责任报告是社会责任信息披露最重要的载体和抓手，不断提升社会责任报告质量，全面反映企业履行社会责任的绩效与不足。通过社会责任报告的编制及发布，积极回应利益相关方的关注，通过报告促进社会责任管理、展现食品行业履责风采，提升品牌形象，促进企业可持续发展。







联系部门: 综合业务部

联系方式: 010-63313712

邮箱: cnfia@vip.163.com

地址: 北京市丰台区太平桥东里5号 邮编:100073



联系人: 付宇杰

联系方式: 010-62137913

邮箱: yujie.fu@goldenbeechina.com

地址: 北京市海淀区中关村南大街12号百欣科技楼4001室 邮编:100081