



2016 年度

内蒙古伊利实业集团股份有限公司 社会责任报告

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
REPORT OF YILI GROUP 2016



内蒙古伊利实业集团股份有限公司

(内蒙古)呼和浩特市金山开发区金山大街1号

电话: 0471-3388888

传真: 0471-3601621

ABOUT THIS REPORT

关于本报告

报告时间范围

本报告为年度报告，时间范围从 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，为提高报告完整性，部分数据超出上述范围。

报告组织范围

本报告的组织范围涵盖了内蒙古伊利实业集团股份有限公司对财务和运营政策及措施有控制权或有重大影响的所有实体，并与公司年报所覆盖的范围一致（公司年报下载地址为：<http://www.sse.com.cn>）。

报告数据说明

报告所使用的数据和案例均来自公司的正式文件、统计报告及履责情况的汇总和统计。

报告参考标准

报告编写力求符合业界通行的信息披露相关标准，同时立足行业背景，突出企业特色。

重点参考的报告编制标准包括：

- 全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告编写指南（G4）》
- 联合国全球契约（United Nations Global Compact）“十项原则”
- 国际标准化组织（ISO）《社会责任指南（ISO 26000）》
- GB/T 36001-2015《社会责任报告编写指南》
- 中国社会科学院《食品行业社会责任报告编写指南 3.0》
- 上海证券交易所发布的“关于加强上市公司社会责任承担工作暨发布《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》的通知”
- 上海证券交易所发布的《关于进一步完善上市公司扶贫工作信息披露的通知》

报告可靠性保证

公司保证本报告内容不存在任何虚假记载和误导性陈述。

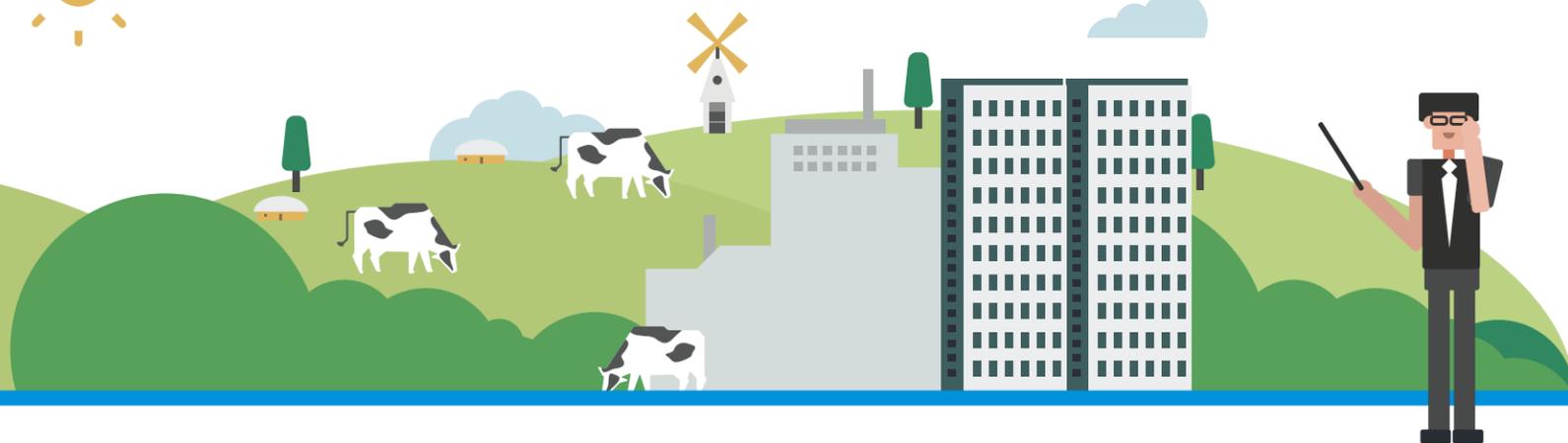
报告获取方式

本报告可在上海证券交易所网站下载电子版，下载地址为：<http://www.sse.com.cn>。

往期报告信息修订：无

MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

董事长致辞



新故相推，日生不滞，

2016 年国家进入了“十三五”的开局之年，在全社会推进**创新、协调、绿色、开放和共享五大发展理念**的同时，伊利的企业社会责任也迈上了新的台阶。”

这一年里，伊利进入全球乳业 8 强，成为唯一入选“Brand Finance”全球品牌 500 强的中国乳制品企业。全球布局进一步深化，创新机制进一步升级。更重要的是，在这一年里，我们升级了企业文化，在“卓越、担当、创新、共赢”的企业文化价值观之上，确立了“伊利即品质”的企业信条。我们以“视品质如生命”为最高准则，以“100% 用心、100% 安全和 100% 健康”为最高标准、以“人人都是品质创造者”为最高行为，将品质深度融入伊利的文化。

为加强社会责任与企业文化的有机统一，2016 年伊利不断完善“健康中国”社会责任内涵，进一步将其内化为企业的有机组成部分，用企业社会责任涵盖“为世界提供最优品质的产品和服务”、“引领全球行业发展”、“倡导人类健康生活方式”以及“善尽社会责任”四个方面，构成了伊利集团企业社会责任主线。

在践行社会责任的过程中，伊利一直致力于为消费者提供最优品质的产品和服务。我们执着追求打造全球最优品质，积极整合全球优质奶源；我们与权威机构开展战略合作，持续升级全球质量管理体系；我们升级创新中心，开展“互联网+”和母婴生态圈建设，集合全球最优秀智力资源，构建全球创新网络；我们通过与国际顶尖学府联合开发“食品安全早期预警系统”，全面提升食品质量安全风险控制能力；我们率先搭建覆盖全产业链的食品质量安全追溯系统平台，实现全产业链的质量管控，以更高品质满足消费者的需求；我们与消费者真诚交流，通过多种方式，让消费者认识伊利，也让伊利进一步了解消费者，成为消费者的朋友和伙伴。

在践行社会责任的过程中，伊利还与员工、合作伙伴共同成长，为整个产业链和社会公众创造价值。我们开展春雨计划，为伊利员工提供成长和发展的通道和行动方案，培养人，成就人；我们开办奶牛学校，推出“牛二代训练营”，引领了中国奶牛养殖业的可持续发展；我们创建“牧场合作伙伴发展学院”、“供应商发展学院”和“经销商发展学院”，全方位帮助产业链合作伙伴成长，互惠共赢；我们持续开展“伊利方舟”，让全国 20 余万孩子、老师、家长受益；我们持续倡导绿色产业链，用实际行动将绿色低碳环保理念，贯穿企业发展始终。

在这诸多升级中，始终不变的，是我们长期坚持的“平衡为主、责任为先”的伊利法则。“伊利法则”让我们聚人、聚智、聚力，从内部激发企业原力、构筑产业引力、形成社会合力，通过与企业本业相关的方式，让企业、相关合作方、社会大众、公益受益人能够实现多方共赢。这正是伊利持续推动和引领中国乳业社会责任发展的根本所在。

我们始终坚信，社会价值大于商业财富。一家优秀的企业不仅要创造商业财富、实现经济价值的最大化，还要创造社会价值、实现企业与社会的共鸣、共生和共赢。积极履行好社会责任，是国家、社会、公众对伊利的期望，也是这个时代对伊利的要求，更是伊利实现“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”这一愿景的必由之路。未来，伊利愿与大家携手，共倡人类健康生活方式，共筑“健康中国梦”！

潘镇
董事长兼总裁

CONTENTS

目录

- 01 关于本报告
- 02 董事长致辞
- 06 企业概况
- 10 荣誉之路
- 12 公司管理
- 13 保护投资者权益
- 14 社会责任内涵
- 15 管理机制
- 16 实质性议题分析
- 17 利益相关方沟通



- 81 未来展望
- 82 关键绩效表
- 84 报告索引
- 86 读者反馈

1 18
PROVIDE THE BEST QUALITY PRODUCTS AND SERVICES TO THE WORLD
 为世界
 提供最优品质的
 产品和服务

- 20 悉心保障食品安全
- 26 创新性产品种类
- 30 提升消费者满意度
- 34 合规管理
- 38 带动地方经济发展

2 40
LEADING GLOBAL INDUSTRY DEVELOPMENT
 引领
 全球行业发展

- 42 全产业链携手共进
- 46 创造共享价值
- 52 构建绿色产业链
- 56 助力员工发展与幸福

3 62
ADVOCATE A HEALTHY LIFESTYLE
 倡导
 人类健康生活方式

- 64 营养健康基础科研
- 68 推广健康生活方式
- 70 宣传与健康知识普及

4 72
GOOD SOCIAL RESPONSIBILITY
 善尽
 社会责任

- 74 营养与健康
- 76 环境保护
- 76 青少年教育
- 78 就业帮扶
- 78 灾害援助
- 80 志愿者活动

ENTER- PRISE PROFILE

企业概况

伊利信条

伊利即品质



伊利愿景

成为全球最值得信赖的健康食品提供者

- > 为世界提供最优品质的产品和服务
- > 倡导人类健康生活方式
- > 引领全球行业发展
- > 善尽社会责任

+ 2400 多座
伊利集团拥有中国规模最大的优质奶源基地，共计 2400 多座牧场。



内蒙古伊利实业集团股份有限公司（为表述方便，报告中会用“伊利集团”、“伊利”、“公司”、“我们”指代）成立于1956年，总部位于内蒙古自治区呼和浩特市，前身为呼市回民奶食品加工厂，公司于1995年经中国证券监督管理委员会批准，于1996年3月在上海证券交易所挂牌交易，股票代码为“600887”，是全国乳品行业首家A股上市公众公司。

伊利集团由液态奶、冷饮、奶粉、酸奶和原奶五大事业部组成，所属企业近百个，旗下拥有伊利、金典、舒化、QQ星、金领冠、每益添、巧乐兹、安慕希等家喻户晓的品牌，是目前中国规模最大、产品线最全的乳制品企业，2016年营业总收入达606.09亿元，稳居中国及亚洲第一，同时伊利是唯一一家进入全球乳业8强的亚洲乳企，这一名次不仅是中国乳制品企业有史以来的最好成绩，同时也是亚洲乳企迄今为止的最高排名，被认为是中国正式迈入全球乳业强国和改写全球乳业格局的重要标志。同时，伊利集团是国内唯一一家符合奥运及世博标准、为2008年奥运会及2010年上海世博会提供乳制品的企业。

在发展历程中，伊利始终坚持“国际化”和“创新”两个轮子，固守“质量”和“责任”两个根本，以高品质、高科技含量、高附加值的多元化产品，赢得了消费者的高度信赖。

伊利集团拥有中国规模最大的优质奶源基地，共计2400多座牧场，规模化集约化的养殖奶源供应比例达到100%，居行业首位，并在大洋洲、欧洲、北美洲建立了生产基地和研发中心。伊利积极对标国际，持续升级伊利全球质量管理体系，强化食品质量安全风险控制的能力。同时，伊利利用互联网思维，建立完善的产品追溯程序，实现了产品信息可追溯的全面化、及时化和信息化，并且与国家平台进行对接。

伊利一直坚持和推动创新战略，经过多年发展，已经建立了多个领先的技术研发和产学研合作平台，持续推动行业创新。同时，伊利紧紧围绕国际乳业研发的重点领域，整合海内外研发资源，从全球视角布设一张涵盖全球领先研发机构的创新网络。目前已经建设的创新机构包括伊利欧洲研发中心、国家企业技术中心、乳品深加工技术国家地方联合工程研究中心、国家乳制品加工技术研发专业分中心、全国冷冻饮品标准化技术委员会秘书处等。

在提供安全、健康乳制品的同时，伊利集团还积极探索与自然、社会、公众、行业合作伙伴的和谐共赢之路，带动企业责任理念在中国商界的普及。

伊利核心价值观



伊利人以始终如一的主人翁心态，铸就了具有高度责任心和超强执行力的伊利精神，锻造出伊利人特有的核心竞争力和追求卓越的优秀品质：

忠诚守信，重情知恩
勇于担当，用心做事
纪律严明，高效执行
居安思危，持续创新
自律自省，风清气正

No.1

2016年7月25日，在荷兰合作银行发布的2016年度“全球乳业20强”中，伊利的排名跃升至全球乳业8强，持续稳居亚洲乳业第一。

No.1

胡润研究院发布了《2016胡润品牌榜》，共200个最具价值中国品牌上榜。伊利在食品饮料行业所有上榜品牌中位列第一，品牌价值上升24%。

No.1

在WPP集团2016年发布的BrandZ™最具价值中国品牌100强榜单中，伊利集团品牌价值蝉联食品类排行榜第一，品牌价值和去年同期相比提升了22%。

40%

目前，伊利的高科技、高附加值产品占比已经高达40%，居业内首位。



11

亿

伊利持续多年稳居中国乳品市场占有率第一。每天，将近1亿份伊利产品，到达消费者手中。每年，有将近11亿中国消费者享用到营养美味的伊利产品。

88.5%

据凯度消费者指数发布的2016全球品牌足迹报告显示，88.5%的城市家庭平均购买伊利品牌7.8次。

50

强

2016年12月12日，伊利成功入选2016CCTV中国上市公司50强，并作为新一批央视财经50指数的样本股，在创新、成长、回报、治理、社会责任五大维度得到高度认可。

100%

截至目前，伊利规模化集约化的养殖奶源供应比例达到100%。

PATH OF GLORY

荣誉之路

2016年02月 February 02

- 在国家科技部公布的国家国际科技合作基地名单中，伊利集团位列其中，并成为乳品行业唯一一家入围企业。

2016年03月 March 03

- 伊利在由中国北京—WPP 和华通明略公司发布的第六届 BrandZ™ “最具价值中国品牌 100 强” 年度排名中蝉联食品类排行榜第一。

2016年05月 May 05

- 伊利在凯度消费者指数全球品牌足迹报告中被评为“中国消费者选择最多的品牌”。

2016年10月 October 10

- 金领冠呵护婴幼儿配方奶粉获得中国乳制品工业协会技术进步特等奖及中国食品科学技术学会产品创新一等奖。
- 伊利集团在中国商业管理的权威奖项——第九届中国管理模式杰出奖

2016年09月 September 09

- 国家质量监督检验检疫总局发布《质检总局关于受理生态原产地产品保护申报的公告》，伊利金典有机奶名列新一批实施生态原产地产品

2016年06月 June 06

- 伊利在由《WTO 经济导刊》与欧洲企业社会责任协会 (CSREurope) 共同举办的第十一届中国企业社会责任国际论坛上荣获“金蜜蜂·责任采购奖”。
- 儿童安全公益项目“伊利方舟”在由凤凰公益与中国公益研究院联合发起的“新公益 i 行动” 2015 华人创新公益行动评选” 大赛中被评为“2015 年度十大杰出公益项目”。

2016年08月 July 08

- 伊利在由全国工商联主办的《2016 中国民营企业 500 强》榜单中入围 2016 中国民营企业 500 强，伊利以 603 亿的年营收排在了食品饮料企业首位。

中凭借“共享经济时代的管理创新” 荣获中国管理模式杰出奖。

- 伊利在由中国食品工业协会主办的“2016 中国（国际）食品产业发展论坛” 上斩获“2016 消费者喜爱的食品品牌”。

保护的产品名单，成为目前国内唯一——通过生态原产地产品保护评定的有机奶，突破有机奶产品获得该评定的 0 记录。

2016年07月 July 07

- 伊利在由全球最大、专注于农业及食品相关产业的荷兰合作银行发布的 2016 年度“全球乳业 20 强” 权威榜单跃升至全球乳业 8 强。

2016年11月 November 11

- 伊利案例在由人民日报举办的“中国品牌” 论坛上获得了论坛“走出去” 奖。
- 伊利集团在由中国新闻社、《中国新闻周刊》主办的第十二届“中国企业社会责任国际论坛” 上荣获年度最具责任感企业奖。
- 伊利集团在由《中国食品报》主办的第二届中国食品企业社会责任年会上荣获中国食品企业社会责任金鼎奖及企业社会责任优秀案例奖。
- 伊利集团在 2016 年荣获“美国俄亥俄州立大学国际农业交流项目杰出海外合作伙伴奖”。
- 在首个国家级原创公益影视大奖盛典——中国公益映像节上，伊利方舟两部公益影片分别获得“企业社会责任创新奖” 和“优秀作品奖”。
- 伊利集团在界面主办的 2016 中国臻善年会上荣

获臻善企业大奖，集团董事长潘刚荣获 2016 年度臻善领袖大奖。

- 伊利集团在“精准扶贫，我们在行动” 2016 中国企业社会责任高峰论坛上被《中国经营报》授予“最具典范企业社会责任奖”。
- 伊利荣获家乐福举办的“反对食品浪费供应商全球挑战赛” 中国区冠军。
- 伊利在由国家旅游局主办的全国工业旅游创新大会上斩获“国家工业旅游创新单位” 称号。
- 伊利在《每日经济新闻》主办的 2016 第六届中国上市公司口碑榜评选中，荣获最具社会责任上市公司奖。

性全球伙伴关系” 签约仪式上，伊利以中国企业唯一代表的身份出席仪式，并顺利签署 2016 联合国《生物多样性公约》(CBD) 《企业与生物多样性坎昆承诺书》，成为了唯一一家签署该承诺书的中国企业。

- 伊利通过了同时符合 ISO50001、RBT120、GBT23331 标准的能源管理体系认证，成为国内首家以集团形式建立能源管理体系并通过认证的乳品企业。
- 伊利在 3000 家上市公司中突出重围，成功入选 2016CCCTV 中国上市公司 50 强，并作为新一批央视财经 50 指数的样本股，在创新、成长、回报、治理、社会责任五大维度得到高度认可。

500 强

- 英国著名品牌评定机构“Brand Finance” 根据 2016 年各企业情况，推出了年度全球品牌 500 强榜单，伊利成为唯一入选的中国乳制品企业。



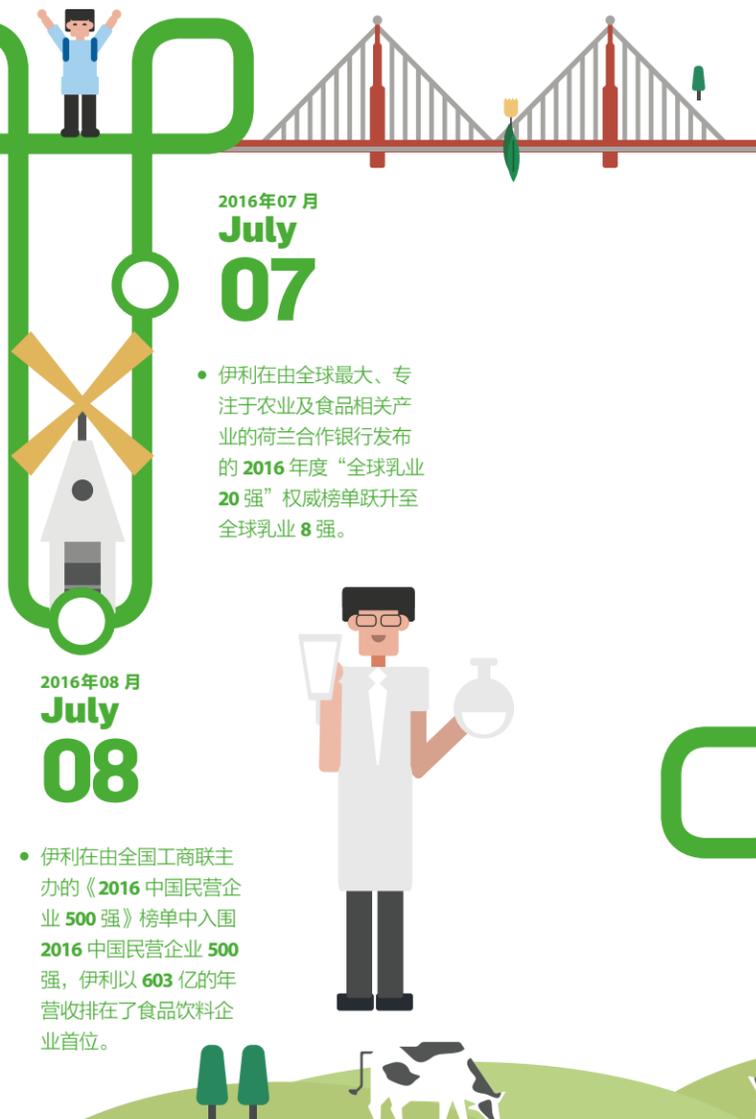
2016年12月 December 12

- 伊利集团在新华网主办的“2016 中国社会责任公益盛典暨《中国企业社会责任年鉴(2016)》 发布会” 上，荣获“2016 中国社会责任杰出企业奖” 和“2016 中国优秀社会责任报告奖”。
- 伊利集团在由人民网主办的第十一届人民企业社会责任颁奖盛典中荣获“年度企业奖”。
- 在复旦大学主办的“中国首个学术视角 CSR 价值共创案例评选” 中，伊利“奶牛学校” 项目以全票通过的第一名的成绩，成为首个获得该殊荣的乳企。
- 伊利集团荣获新华网主办的 2016 中国食品“金箸奖” 和“七星奖”。
- 在联合国《生物多样性公约》第十三次缔约国大会—“企业与生物多样



500 强

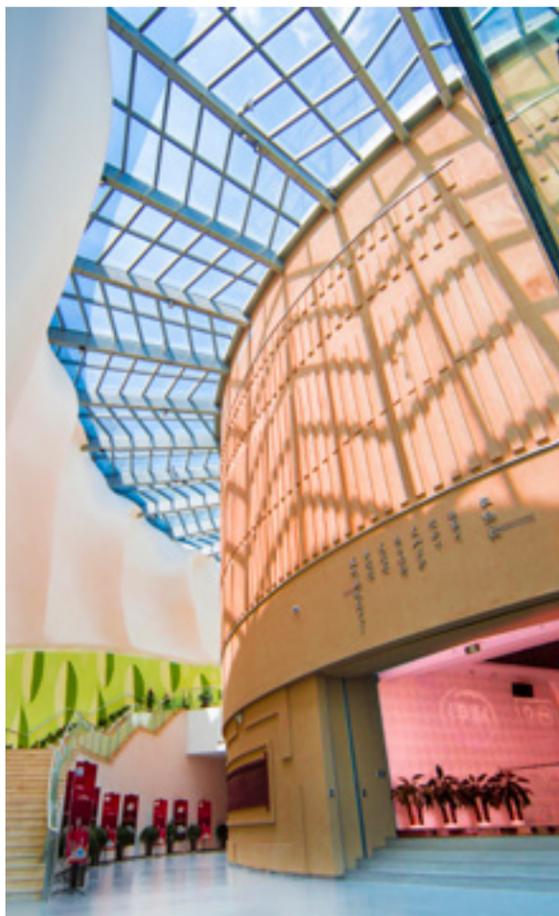
英国著名品牌评定机构“Brand Finance” 根据 2016 年各企业情况，推出了年度全球品牌 500 强榜单，伊利成为唯一入选的中国乳制品企业。



COMPANY MANAGEMENT

公司管理

伊利严格按照《公司法》
《上市公司治理准则》
以及国家有关法律法规的要求
结合企业发展情况
进一步完善公司的
现代企业制度建设和
公司治理结构



股东大会

公司股东大会职责清晰，有明确的议事规则并得到切实执行。公司股东大会的召集、召开、提案程序符合《公司法》、《公司章程》以及《公司股东大会议事规则》等相关规定。公司无重大事项绕过股东大会的情况，也不存在先实施后审议的情况。

董事与董事会

公司董事会严格按照《公司法》、《公司章程》规定的选聘程序选举董事，各位董事能够以认真、负责的态度出席董事会，并熟悉有关法律法规，能够充分行使和履行作为董事的权利、义务和责任。公司设立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会，除战略委员会外，委员会主任委员均由独立董事担任，独立董事在公司重大决策以及投资方面发挥了重要作用，使公司的决策更加高效、规范与科学。

监事与监事会

公司监事会职责清晰，全体监事能够认真、负责地履行职责。监事会的召集、召开程序符合《公司法》、《公司章程》以及《公司监事会议事规则》等相关法律法规的规定。各位监事的任职符合《公司法》、《公司章程》等相关法律法规对监事任职资格的要求。各位监事任职期间勤勉尽责，能够积极参加公司监事会会议并能认真履行职责，维护了公司和全体股东的合法权益。

PROTECT THE INTERESTS OF INVESTORS

保护投资者权益

公司严格按照有关法律法规的要求，制定并严格执行《公司信息披露事务管理制度》，信息披露真实、准确、完整、及时、公平。公司指定董事会秘书负责信息披露工作、接待投资者来访和咨询；指定《中国证券报》、《上海证券报》为公司信息披露的报纸，确保所有股东有平等的机会获得信息。

公司根据信息披露相关规定，积极履行信息披露义务，在上海证券交易所上证e互动专栏，发布投资者调研记录和投资者问答汇总，在线与中小投资者进行交流，听取中小投资者建议，解答投资者问题，充分保障中小投资者的知情权，每年进行一次投资者网上接待日活动，与中小投资者进行对话，解答生产经营相关问题，保障投资者的话语权。

2016年，公司召开投资者网上业绩说明会1次，与投资者召开现场调研会议108次，与投资者进行电话会议74次，就公司经营情况进行充分交流。



SOCIAL RESPONSIBILITY CONTENT

社会责任内涵

从成立伊始，伊利一直秉承“平衡为主、责任为先”的原则，在实践、思考和理解的基础上，伊利集团以“健康中国”为核心理念和长远目标，将企业的社会责任与自身的战略规划融为一体，将健康的理念不断深化，以服务消费者、保持业内领先为基础，带领合作伙伴共赢、帮助奶农脱贫致富、促进行业可持续发展，同时为员工职业发展和幸福生活打造优良环境，并积极参与社会公益事业，如帮助弱势群体摆脱困境、支持环境保护、开展青少年教育等，从而助力和谐社会建设。



伊利在发展过程中，一直秉承着**厚度优于速度、行业繁荣胜于个体辉煌、社会价值大于商业财富的发展观**

——潘刚

MANAGEMENT MECHANISM

管理机制

为实现“健康中国”的社会责任目标，由董事长负责集团社会责任决策，协调总部部门及事业部有序实施。各相关部门根据自身职能制定规划，分工协作，形成整体效应，将社会责任与企业发展有机结合，确保社会责任理念贯穿企业生产经营的各个环节，从而提升整个集团的可持续发展能力。

伊利集团健康中国责任内涵

企业愿景

成为全球最值得信赖的健康食品提供者

关注领域

为世界提供最优品质的产品和服务

引领全球行业发展

倡导人类健康生活方式

善尽社会责任

重点议题

产品质量保证
产品创新
消费者满意度提升
合规与风险控制
带动地方经济发展

全产业链建设
创造共享价值
可持续生产与采购
绿色生产
节能减排
保护生物多样性
员工发展

营养基础科研
健康生活方式推广
宣传与健康知识普及

社会公益
营养与健康
环境保护
青少年教育
就业帮扶

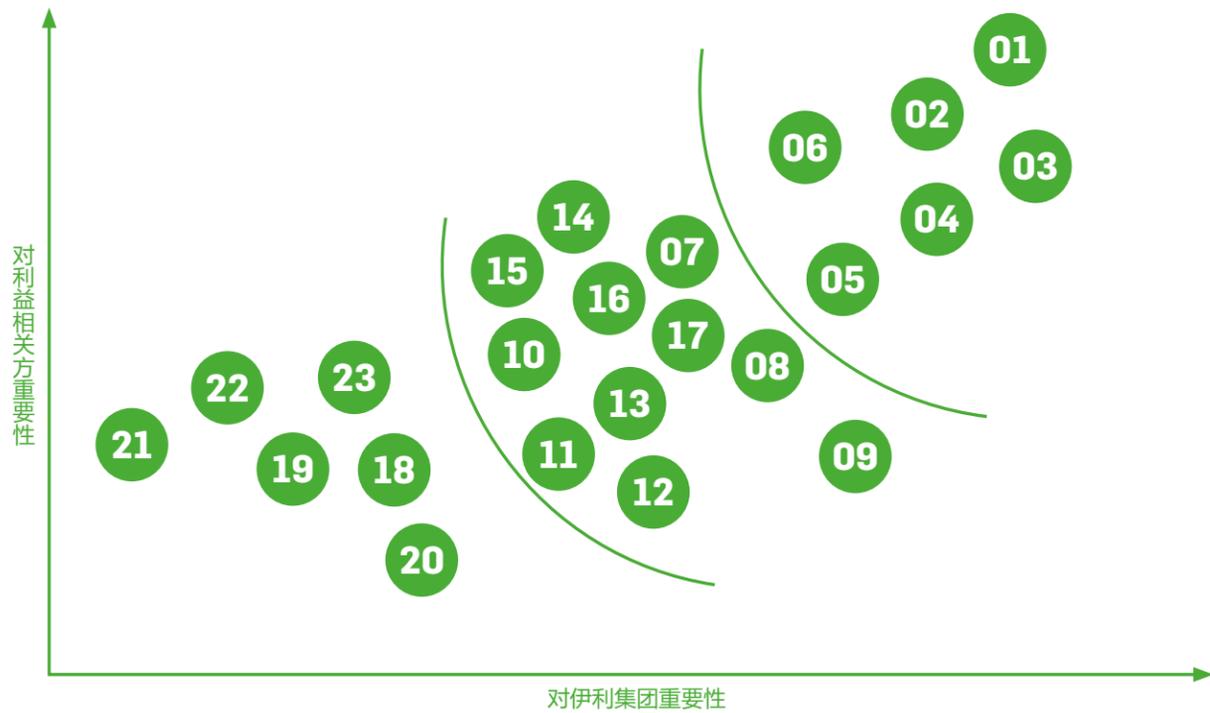
管理机制

董事长负责集团社会责任决策，协调总部部门及事业部有序实施。

SUBSTANTIVE ISSUE ANALYSIS

实质性议题分析

2016年，伊利集团根据自身社会责任内涵和利益相关方关注的问题，参考国际标准和行业发展特点，进一步梳理了责任议题，并运用分析模型对议题进行筛选，识别出对企业发展和利益相关方均有较大影响的实质性议题。以此为依据，伊利集团将不断提升企业社会责任管理水平，并在报告中重点披露相关信息。



优质产品和服务

- 01. 食品安全
- 02. 健康营养的产品
- 03. 完善的消费者服务
- 04. 稳健经营
- 05. 依法合规经营
- 06. 经济价值与贡献

引领行业发展

- 07. 产业链协同增效
- 08. 帮助中小企业发展
- 09. 创造共享价值
- 10. 高效利用资源
- 11. 减少废弃物排放
- 12. 生物多样性保护
- 13. 动物福祉
- 14. 保障员工权益
- 15. 职业发展
- 16. 员工健康与幸福

倡导健康生活

- 17. 营养与健康基础研究
- 18. 推广健康生活方式
- 19. 普及健康营养知识

善尽社会责任

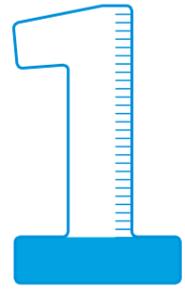
- 20. 营养与健康援助
- 21. 环境保护
- 22. 青少年教育
- 23. 就业帮扶

STAKEHOLDER COMMUNICATION

利益相关方沟通

伊利集团充分尊重和维护利益相关者的合法权益，努力实现股东、员工、社会等各方利益的协调平衡，共同推动公司持续、健康、稳定的发展。在日常经营中，伊利集团不断完善各项沟通机制，积极倾听相关方的声音，了解其诉求，并以实际行动积极回应，期冀与利益相关方一起，创造可持续发展的共享价值。

利益相关方	关注议题	回应方式
股东与投资者	投资回报增长 防范经营风险 拓展市场、创新发展	创造更大经济价值 稳定经营 研发与产品创新
政府与监管机构	推动行业发展 守法合规 推动地方经济发展	技术储备、提升研发能力 完善企业治理 带动就业、产业链共赢
消费者	安全健康的产品 完善的客户服务	严格质量管控 满足多元需求 多渠道沟通、消费者关爱 提升满意度
供应商与经销商合作伙伴	遵守商业道德、诚实守信 公平公正公开采购 互利共赢、共同发展	制定公平公正的采购政策 严格审核与管理 助力产业链伙伴成长
员工	基本权益保障 职业健康与安全 促进技能提升及职业发展 员工关爱	提供合理的薪酬福利体系 员工职代会等沟通渠道 职业健康安全管理 员工培训与晋升 员工关爱与帮扶
社区	社会和谐发展 关注弱势群体 精准扶贫	营养与健康援助 环保公益活动 关爱下一代 灾害支援 员工志愿者活动
环境	有效利用资源 节能减排 生态保护	发展绿色产业链 提高动物福祉



PROVIDE THE BEST QUALITY PRODUCTS AND SERVICES TO THE WORLD

为世界
提供最优品质的
产品和服务

伊利集团致力于
保障食品安全，
研发满足不同消费
需求的产品，
提升消费者满意度，
以最优品质的
产品和服务，
为世界带来
营养健康与活力。



1.1 悉心保障 食品安全

伊利率先实现了从源头到终端的每一个食品安全和质量控制关键点的监测、分析、把控、预防，对不满足安全和质量标准的产品实行一票否决，保障零食品安全事件。

质量领先战略

公司建立了“全员、全过程、全方位”质量管理体系以及“集团—事业部—工厂”三级食品安全风险监测防控体系，覆盖 80 多个检验单元，率先实现了从源头到终端的每一个食品安全和质量控制关键点

的监测、分析、把控、预防，在业内处于领先地位。根据全球健康食品产业新趋势，伊利将质量管理工作战略升级为“质量领先 3210 战略”，致力于生产世界一流产品、确保食品安全。

质量领先 3210 战略

3	2	1	0
打造世界一流学习型、专业化质量队伍，建立包括原料、产品、卫生、工艺、基础设施等在内的世界一流行业标准，生产世界一流品质的产品。	升级全球质量领先管理体系、端到端全链条的质量自主管理模式。	对全链条不满足食品安全和产品质量要求的过程和结果，坚决实行一票否决。	保证“零食品安全事件”。



+
3000 多人次

2016 年对管理层、内审员、新员工、供应商审核员进行食品质量安全培训投入 50 多万元，培训 3000 多人次，共 200 多场次。

114 人
2013 年 -2016 年，伊利商学院为集团及各事业部培养六西格玛绿带人才 114 人、黑带人才 18 人、黑带大师 4 人。

此外，伊利建立了详细、严格的质量内控标准。内控标准涉及国家法律法规、标准，各部委公告、国外风险情况等信息，且明显严于国家标准。同时建立了风险识别、风险监控、风险预警、消除预警、风险控制、产品追溯、风险交流 7 个模块，涵盖了 23 个核心内容的食品安全风险防控体系，成立了食品安全风险分析工作组，工作组成员涵盖食品安全、质量管理、生产管理、设备管理、产品研发及原材料采购等方面的专家和管理人员，多方位共同预防食品安全问题的发生。2016 年，伊利在加强食品安全风险控制方面主要开展了如下工作：

- 建立了详细的检验计划，覆盖了内控标准，对相关风险项目进行监测，同时对没有内控标准的项目进行数据收集工作。
- 完善已知风险的认知，提高认知水平，使风险控制更加全面。
- 加强未知风险识别，收集国外发生的食品安全事件、法规变化等信息，内部开展研究和预防。

伊利商学院于 2013 年 4 月优先在生产领域引入了六西格玛技术，随即发现了巨大应用价值，有效解决各业务环节质量难题，同时为公司培养一批一流的质量人才。经过 4 年时间的持续推进，目前公司内部已逐渐形成了六西格玛用数据说话的精确管理文化。2013 年 -2016 年，商学院为集团及各事业部培养六西格玛绿带人才 114 人、黑带人才 18 人、黑带大师 4 人。



全链条质量管理

2016年伊利全面落实《食品安全法》，以“养健康牛，产优质奶”为质量方针，结合行业特点，构建了覆盖牧场选址布局、原料采购、饲料加工、奶牛养殖、原奶运输交付在内的管控体系。同时，借助世界尖端检测设备和多种技术手段，对理化类、毒素类、重金属类、农药残留类、兽药残留类等 170 余项食品安全风险项目进行监控分析，涵盖了国家要求的全部检测项目。

另外，公司引进尖端 DHI 分析仪和优质冻精资源，通过开展奶牛生产性能测定和奶牛选种选配，改善奶牛生产性能，从而实现提升原奶质量指标的目标。目前，公司奶牛养殖关键环节及原奶质量指标均达到行业内先进水平。

同时，公司在挤奶区、贮奶区、装车区等关键点安装了视频摄像头，并接入网络，实现了 24 小时不间断对生产现场进行监控记录。所有原奶采取奶车铅封 24 小时管理机制，确保奶车从清洗出厂到基地装奶、原奶在途的每一个环节都设有铅封管理，并在奶车上安装了 GPS 全球定位技术，建立了原奶物流运输过程管控平台，实现了所有原奶运输车辆的 100% 监控。

所有分（子）公司均符合 ISO9001 质量管理标准、乳制品 HACCP 食品安全管理标准、ISO14001 环境管理标准，此外伊利集团液态奶、奶粉、酸奶、冷饮事业部全部通过 FSSC22000 食品安全体系认证，成为中国第一家全线产品通过此全球性食品安全管理标准体系认证的乳品企业。伊利实现了从原材料进厂到生产制造、成品出厂的全过程食品安全保障，而且使得伊利产品获得了进入欧洲以及全球市场的通行证。

伊利集团作为乳制品出口企业，国内与国外销售的产品保证同一生产线、按相同的标准生产，使内外销产品达到同样的质量水准（即“同线同标同质”），以增强消费者对国产优质产品的信心。通过国家认监委内外销“同线同标同质”（即“三同”）信息公共服务平台，可为相关合作商和消费者提供企业备案资质、认证证书证明、备案和认证产品信息等的验证和查询服务，以确保提供的产品来源可靠、品质优良。伊利集团的包头乳业有限责任公司及内蒙古金山乳业有限责任公司分别在国家认监委“三同”信息公共服务平台上进行了公示。



检测管理

检测是确保安全的重要防线。伊利在国标线的基础上，制定了“企标线”、“内控线”（也称为预警线），企标线严于国标线，内控线严于企标线。多年来，伊利一直严格把关，全面把控原奶及乳品生产全过程，仔细做好每一项检验任务，努力提升产品检测能力，从根源上杜绝了疏漏，确保了产品品质。

伊利针对原奶、原辅材料、产品、包装材料检测标准都严于国家标准。对于生产中使用的进口原料，伊利不但要求原产地检验报告，还监控海关检测报告；不仅检查保质期，还进一步要求新鲜度，对于在保质期内、但超过新鲜度规定时间的原料，一律拒收；对于大宗原料微生物的要求，伊利的标准远远高于国际通用标准。



+

100%

2016 年伊利全年检测费用达 2.9 亿元，产品批次覆盖率达 100%，全年未发生食品安全事故。

1000+

在一次与供应商的合作上，供应商发现，伊利的检验标准和频次高于国家标准，也高于欧洲、美洲、大洋洲等很多国家的标准。甚至有的外国供应商拿到这份标准时，忍不住说你们有 1000 多项检验项目！这太苛刻了！其实，这种严苛就是为了让所有合作伙伴树立起食品安全意识，保障消费者的食品安全。



完善产品仓储运输

•••

伊利搭建了物流信息系统平台，包含运输管理系统（TMS）、仓储管理系统（WMS），物流系统（T&W）数据同企业资源计划（ERP）系统数据进行对接，实现仓储、运输、结算作业环节的业务数据化，业务管控节点数据在信息系统中完全体现，实现了物流运输、仓储环节的信息化管控。

同时在平台功能基础上逐步进行拓展，运输环节引入 GPS 设备及启用短信定位功能，实现运输过程透明化管理，仓储环节对接产品二维码信息，出入库业务通过二维码扫描实现仓储的精准化管理，与 T&W 系统对接，达到产品流通环节的全程有效追溯。

对于需冷链运输的产品，伊利围绕仓储温度管理、运输温度管理、终端管理，通过物流运输管理监控平台、对工厂、分仓、运输车辆以及部分经销商库房进行监控，同时通过改善终端冰柜温控装置，提升流通环节质量保证能力。

库房标准化建设

从 2014 年开始，伊利制定了库房建设管理 13 个流程文件和 15 个标准规范并进行全面推广，引入星级酒店概念和评估、建设方式，对所有的工厂库房、直营库房、分仓库房开展“五星级库房”项目，从现场标准化、车辆管理、知晓率管理、质量目标管理、记录表单管理进行全面升级。通过近三年来的五星级库房建设，各区域物流部从库房硬件满足情况、各标准、流程的有效执行落地到库房 5S 现场，都得到了长足的进步和提升。

运输环节监控

伊利在配送车辆安装 GPS 监控设备，通过 GPS 监控系统平台对物流承运车辆进行实时定位，包括车辆到厂时间、装车前预冷情况、装卸货作业效率、装车结束离厂时间，车辆在途运行轨迹、速度、车厢环境温度、到达客户时间节点、在客户处卸货开关门时间、客户卸货效率，客户完成卸货进入系统签收确认并进行意见反馈一系列全程透明化管理模式。

+

-15°C

2016 年 2 月份开始，投放的新冰柜全部采取在出厂前固定温度控制器档位，避免了人为调节温度导致的不达标。新冰柜出厂最低档不高于 -15°C，温控器自带的旋钮需经特殊方式才可以调节温控器档位。

食品安全应急机制

•••

为有效控制食品安全事故，伊利以事业部为单元，事业部总经理为食品安全第一责任人，各部门负责人为食品安全应急小组成员，全面处理食品安全事故。一旦发生食品安全事故，事业部总经理组织食品安全应急小组第一时间开展食品安全事故原因调查、分析，制定整改机制，同时进行其他产品的排查，杜绝食品安全事故的再次发生。

为了确保产品召回的有效性和及时性，公司每年至少组织一次模拟召回演练，组织生产厂及相关部门开展召回演练，验证产品的记录、标识、召回的有效性。编制召回演练报告，指出召回过程中制度、记录、召回执行存在的问题，并要求限期整改，确保实际召回的有效性。

1.2 创新性 产品

伊利集团通过研究、开发和优化，持续提高产品质量，在奶粉、液态奶、酸奶和冷饮四大产品领域都推出了优质的产品。

液态奶
...

舒化无乳糖 高钙型牛奶

针对乳糖不耐受人群，推出高钙舒化牛奶，完善饮食营养结构，促进长期缺钙导致骨质疏松、牙齿松动等生理健康问题的解决，增强全民体质。



伊利优酸乳 爆趣珠

伊利优酸乳专注 16-25 岁对个性化和口感体验需求较高的年轻消费群体，选用优质奶源与美味果汁，为年轻消费者创造极致口感体验和无限新奇趣味，伊利优酸乳特别搭配包裹浓郁果汁的爆趣珠，在产品研发过程中攻克了诸多技术难题，申报了多项发明专利，保证消费者的极致口感体验，激发了年轻消费者的饮用乐趣。



QQ 星儿童成长 酸奶

QQ 星儿童风味酸奶是一款常温饮用酸奶，它创新利用巴氏杀菌热处理技术，给孩子带来更加温和的饮用体验；它采用欧洲进口菌种发酵，特别添加孩子成长所需的维生素 D 和膳食纤维，有利于孩子牙齿和骨骼健康，更有助于维持正常的肠道功能；它包装色彩鲜明，生动有趣，充分利用迪士尼玩具总动员卡通形象与美味大奶罐形成互动，吸引小朋友及年轻家长，形成符号化的记忆。

畅意 100% 乳酸菌饮品

当下年轻人对饮料的健康功能需求愈加强烈，享受美味的同时更加追求对身体的健康。伊利畅意 100% 针对年轻人群提供更美味更健康的乳酸菌饮品，是年轻人喜爱的产品。畅意 100% 经多项研发专题，精心研发纤享畅配方，特别选用 5 种乳酸菌发酵，特别添加膳食纤维，0 脂肪，乳酸菌经长效发酵而形成的香醇酸甜的口感，入口顺滑，又有助于肠道健康，让消费者轻松享有，身体畅快，心情更畅快。畅意 100% 正在成为年轻消费者健康生活必选的一部分。



舒化无乳糖 心活配方牛奶

为满足消费者心血管健康的需求，伊利开展了植物甾醇对人体营养健康的研究，在此基础上推出了植物甾醇酯型舒化心活产品，帮助广大心血管亚健康的人们改善健康状况。



奶粉

金领冠 呵护婴幼儿 配方奶粉

专注母乳研究的专利配方（ $\alpha+\beta$ 专利配方）奶粉。通过中国母乳数据研究分析，发现中国母乳核苷酸组成及比例，选用四种核苷酸单体来调整产品中核苷酸的组成，使其在核苷酸组成和比例上更接近中国母乳产品，给宝宝双重抵抗力。



培然奶粉

培然源自新西兰大洋洲乳业集团，是伊利斥资 30 亿元打造的全球最大的乳业一体化生产基地出品的婴儿奶粉。运用世界先进的工艺及技术，将纯净营养带到每个宝宝身边，更有新西兰政府官方认证。培然的“Tri-balance 全面均衡营养体系”，关注宝宝智力、视力、体质的同步发育，让宝宝从脑、眼、体全面做好准备去探索世界。



婴儿米粉

2016 年推出的婴儿辅食系列产品。原料大米双绿保证（大米为绿色食品+大米产地为绿色食品生产基地），根据宝宝添加辅食阶段的生长发育特点定制营养配方，含膳食纤维，多种维生素和矿物质，不同口味口感满足宝宝不同阶段成长所需，帮助宝宝适应多样化食物并逐渐形成健康的饮食习惯。



青山 1956 全脂甜奶粉

2016 年推出的经典怀旧奶粉，以新西兰优质奶源为基础，营养均衡、含钙量高、富含 B 族维生素、奶香浓郁，适合全家人饮用，传承了伊利 60 年不变的品质。



酸奶

伊利 Life Up 风味发酵乳

2016 年研发推出的即饮型瓶装酸奶，采用优质活性乳酸菌发酵，保持了酸奶营养的同时搭配天然红枣精华和清新果粒，产品配方使用了科学的甜味物质配比，使红枣口味达到最佳口感和风味，更符合消费者的饮用体验，填补了目前基础酸奶品类低粘度即饮酸奶市场的空白。



伊利欣活 配方奶粉

专门为 45 岁以上人群定制了 3 个强化配方：关注心脑血管健康的“心活”配方；关注骨骼健康的“骨能”配方；以及关注大脑认知健康的“忆利”配方。特别添加磷脂酰丝氨酸、牛磺酸、DHA 等多种营养成分，科学补充营养，为中老年人的身体保驾护航，让年轻由内焕发。



冷饮

甄稀冷冻 酸奶冰淇淋

为满足消费者对酸奶等含有活性菌产品的需求，伊利历经两年研发，率先将活性乳酸菌的概念引入了冷饮产品，采用了特殊的发酵菌种及菌种复合方案、独创的“料液后混后熟”工艺，将酸奶的健康概念和冰淇淋丝滑细腻的口感有机结合，实现了活性乳酸菌数量达到 10^7 个/克，达到国际领先水平，是一款可以真正称为冷冻酸奶的产品。



饮品

暖哄哄

暖哄哄是伊利的首款消费者共创产品。历经一年多时间，邀请来自全国的年轻女性消费者共同参与产品初创。以定制配方的奶粉饮品为核心，搭配智能奶杯以及 APP，为生理期女生提供暖手、暖身、暖心的体验。



1.3 提升消费者 满意度

伊利集团坚持以消费者为核心，开辟了多种创新性方法了解消费者需求，并以此为基础不断开发满足各类消费者需求的产品，同时以产品为纽带，拓展服务领域，悉心关怀消费者幸福、健康生活。

消费者需求洞察

伊利以发展战略为导向，成立专门的消费者研究机构，充分利用大数据技术进行消费者潜在需求的洞察和研究，联动牧场养殖、质量管理、生产制造、研发创新等部门，强化企业的原始创新、引进、消化、吸收和再创新能力，协同全产业链提供优质的产品和服务满足消费者的多样化需求。

互联网时代下，伊利整合 500 多万销售终端、10 亿级消费者和数量庞大合作伙伴提供的信息，实时利用大数据洞察消费者深层次需求，研究消费行为的影响因素，从以消费者兴趣为中心开展的系列线上线下

“伊利京东来点” 探索全新移动购物体验

随着现代城市生活节奏加快、城市交通的时间成本增高，消费者去传统超市购物的隐形成本变得更高，为此伊利携手京东发起“伊利京东来点”智能硬件，针对重复性消费而设计，为消费者提供“一键下单、送货上门”便捷的购物体验。消费者可以把 U 盘一般大小的“伊利京东来点”产品放置在冰箱等家居设备上，在京东 APP 进行消费参数设置后，消费者随即就能轻松地通过该智能硬件实现一键式下单购买伊利产品，实现 O2O 消费，让购物变得更加简单。

营销活动、探索全新的移动购物方式，到量身定制的互联网新品，伊利凭借强大的互联网基因整合内外创新资源，直击消费者痛点，提供优化消费者体验的全方位解决方案，推动行业进步发展。

此外，伊利在终端超市配置收银台或刷卡机芯片，通过对消费者消费区域、消费理念、消费能力、消费取向等数据信息进行采集、分析和判断，帮助进一步完善和优化产品研发、物流管理、精准布货、订单管理及竞争信息应用等过程。

“伊利 Byebye 君” 为年轻人量身定制

2016 年，伊利基于电商大数据，洞察到在线上购买牛奶的年轻人往往更加追求生活品质，为此发布了一款针对互联网一代年轻消费者的新品“Byebye 君”，以青春活力的调性倡导他们与灰色时刻的自己“说再见”，同时结合产品功能给年轻人提供量身定制的品牌体验，直接触及消费者的观念升级，表达当年轻人心声，通过产品与消费者深度沟通、达成心理共鸣。



消费者关爱

伊利于 2015 年发布了中国首个“母婴生态圈”战略，利用“互联网+”思维，通过抓取和分析母婴人群的大数据信息，判断其主要的营养需求，进而提供个性化服务。2016 年，伊利搭建了覆盖 250 多个数据源、有效数据量级达到全网 90% 以上的大数据雷达平台，全方位扫描、抓取、分析消费者存留于互联网线上线下各类场景下的海

量数据。经过对大数据的分析和解读，伊利形成了涵盖品牌资产管理、消费者洞察、产品设计、媒介策略、渠道管理等方面全方位、专业、精准的定制化母婴服务生态体系，支持伊利的全产业链环节，有效提升各项工作绩效，更好地满足消费者个性化、差异化的多层次需求，提升消费者满意度。

愉悦的消费体验

面对 85 后和 90 后的互联网新生代，伊利在“母婴生态圈”战略指导下，通过个性化沟通等 4 个维度，实施 9 项创新行动，及时为会员提供便捷、愉悦的产品及服务体验。同时，伊利还通过与母婴垂直类媒体及互联网的数据对接、匹配，分析目标客群的网络行为路径，挖掘并锁定潜在消费需求，进行定向投放，极大地提升消费者购买转化率，将传统的平台营销转变为生活场景营销，联手形成“母婴生态圈”。

贴心的定制关爱

伊利深度合作母婴垂直平台，联合“宝宝树孕育 APP”进行创新型的育儿小工具开发，为消费者量身定制“宝宝轻便评测小工具”，通过简短的答题，妈妈们就能够轻松获知宝宝的健康状况，并可试用珍护大礼包。上线后，创新小工具的周注册申领数多达 1000 人。





多渠道沟通

智能传递伊利品质追求

自 2015 年起，伊利联合百度人工智能合力打造“虚拟现实参观工厂”，借助全景和 AR 技术，将全球产业链搬到了线上，帮助消费者随时随地解密伊利产业链。2016 年，伊利结合最新技术热点，推出了全产业链可视化和智能化交互方案，有机融合了伊利对技术和品质的要求，让消费者不分时间和空间全维度地见证伊利高标准的产品品质，沉浸式体验配以人工智能的答疑解惑，开创性地为消费者带去了一场科技感十足的工厂开放之旅。截至 2016 年底，突破 1 亿人次通过线上线下方式参观伊利产品全环节的生产过程。

在线下，自 2005 年以来，伊利工业旅游依托总部乳都科技示范园区，逐步在全国 7 座生产工厂、38 个参观基地开展工业旅游，包括政企考察、商务沟通、中小学生学习等各类学习实践活动，广泛宣传乳文化、乳品知识和乳品工艺，推广健康饮食。2016 年，伊利在“智慧工业旅游”的基础上，建立了微信在线互动语音导览系统，生产互动拍照等智能体验项目。

伊利还在超市等消费终端设立 VR 参观体验区，给予用户最直接的互动体验，用互动可视化及线上线下联动的方式为消费者构建一个全面透明、智能交互的伊利全球产业链。截至 2016 年年底，伊利工业旅游累计接待旅客量突破 1000 万人次。

11 月，伊利在由国家旅游局主办的全国工业旅游创新大会上斩获“国家工业旅游创新单位”称号。

借助信息技术，伊利在行业率先建立了覆盖全产业链的产品追溯程序，消费者在购买伊利婴幼儿配方奶粉时，直接扫描包装上的产品追溯码，就能够了解到该款产品的生产日期、批次、规格等基本信息。

及时、专业、高效、无忧的客户服务

为了让消费者充分感受到优质的服务和负责的态度，伊利构建了完善的服务体系，重视收集消费者反馈，通过呼叫中心、400 服务热线、官网在线客服、微信公众号在线客服会员微信群、邮箱等渠道与消费者积极沟通，把握每一次提升改进的机会。伊利设立投诉组，专门处理消费者投诉，力求做到及时反馈、及时跟进、及时处理，如遇危机事件做到及时报备。针对消费者来电投诉，客服专员以专业素养和话术耐心解答，若消费者能够满意接受，则转化为咨询；如消费者仍有疑虑和困惑难以解答，则投诉信息会在第一时间反馈至区域业务经理进行优先处理。

2016 年，在 BPO 行业资讯网金音奖和客户世界机构联合（CNCCA）金耳唛奖的评选中，伊利在客户体验、客户满意度、服务品质、专业管理、工作效率管理等方面获得了组委会的高度评价，成功斩获了“金音奖-2015 中国最佳客户联络中心奖”以及“金耳唛杯”。

全面提升消费者满意度

2016 年，伊利开展了全渠道、全方位的消费者满意度调研，就电话呼入、呼出、小伊在线、会员微信群等方面建立了满意度评价体系，收集、汇总、归纳消费者意见，针对不满意原因进行归纳、分析，反馈相关部门提出进一步改进计划，同时针对投诉处理结果也进行了满意度回访，回访率为 100%。

客户满意度评价系统

- 本系统主要以电话、互联网和短信形式开展消费者调查，从而对客服进行满意度评估。
- 针对消费者评价不满意的录音，会有专业人员听取录音分析问题点并与消费者进行电话回访，深入了解消费者不满意原因，解决消费者疑问，至消费者满意为止。
- **2016 年，伊利客户呼入满意度平均在 99% 以上，高于同行业水平。**

语音质检系统

- 质检小组将抽检在岗的客服坐席录音，发现问题并及时指导不足之处。
- 针对消费者评价不满意的录音进行分析，指导坐席的问题点。
- 每周对坐席的语音分数进行排行，对分数较低的同事进行一对一指导。

+

100%

2016 年，伊利消费者投诉解决率达 100%。

1.4

合规管理

伊利集团已建立起一套较为完整且运行有效的内部控制体系，有效发挥了监督和服务职能作用，使各业务单位业务执行的合规性、遵循性和自律意识显著提升、为经营管理的合法合规、资产安全、财务报告及相关信息的真实、完整提供了合理保障。

依法合规

...

伊利集团严格按照国家有关法律法规要求，结合业务特点及自身发展情况，逐步完善内部治理结构和流程制度体系建设。公司通过内部控制建设来完善合规体系，定期开展合规性事项梳理、日常风险管控等工作，并由专人定期回顾追踪相关工作进度，以规避相关合规风险。

在集团统筹领导下，各事业部均设有内控小组，依据各领域最新的法律法规，对当前存在的合规性问题进行了集中梳理，并制定了推动解决计划及排期，后续内控组每季度对解决进度进行追踪，以确保各项业务合法合规。

此外，各事业部根据自身情况，依法制定了相关管理办法和制度，规范法律法规管理流程，明确管理职责，确保生产经营活动的合法、合规及合理性。如制定了《法律法规管理办法》，要求各单位从法律法规的识别、评审与应用等五个环节开展工作；针对《食品安全法》、《生产许可管理办法》建立了《食品安全检查表》，要求工厂进行了内部检查；拟定了《2016年内部控制体系建设推进管理实施办法》，对内控工作推动方式、检查频次、测试表单等进行细化完善等，并开展相关法律法规的日常培训、解读和宣贯工作。

- 2016年，伊利集团共开展各项依法合规培训 291 场，覆盖 6180 人次，职能部门覆盖率 100%。

内部审计

...

为使审计管理体系职能更好地服务公司经营和战略，伊利集团在 2016 年度结合实际业务需要，对总部职能模块业务的划分做了进一步调整优化，将新业务审计、IT 审计从营销审计模块和反舞弊监察模块划归内控评价组，成立内控评价模块，突出对公司内控、合规及治理的重视。主要开展的重点工作有如下五个方面：

- 将审计资源的投入主要聚焦在了高风险领域、新开展业务、大额投资和费用支出以及关键岗位，实现了审计成果和效用的最大化。
- 进一步强化了专业模块的专业引领和统筹能力，集中开展了一系列专业领域和职能系统的专项审计和专项评价项目，有效识别出存在的共性和系统性问题并跟进整改。
- 加强审计部门的管理服务意识，满足管理层和业务单位的具体需求，通过业务咨询、改善推动、成果推广等方式协助业务部门提升管理。
- 有效发挥审计的合规宣贯职能，从更大范围传播制度遵循和合规自律的重要性，并分享具体的审计事例，更好地改善一线业务层面的内控环境。
- 继续秉承“以评促建”和“专项评价与日常审计监督统筹结合”的工作思路，基于公司实际业务及内控体系的建设情况，与内控建设部门协同开展内控自评工作，培养基层业务单位的自查自纠能力。



反舞弊管理

•••

伊利倡导员工忠诚守信、纪律严明、居安思危、自律自省、风清气正；培养员工具备以“忠、诚、勤、俭、廉”为核心的“伊利五德”；从思想上引导员工树立遵纪守法、廉洁自律的合规意识，并制定“伊利商业行为准则”，体现了伊利人高于法律要求，进行自我约束的道德规范，作为员工处理内外部业务的行为准则。

此外，公司制定有《反舞弊监察管理办法》，从制度上明确了反舞弊监察适用范围及遵循原则、反舞弊责任归属、反舞弊工作领导小组及职责、反舞弊工作常设机构及职能；反舞弊监察组织及职责分工；舞弊案件的举报、调查和报告程序；舞弊的补救措施和处罚规定。另制定《舞弊行为惩处管理办法》、《员工奖惩制度》作为舞弊行为的处理依据，同时《管理人员责任追究制度》进一步强调管理层在反舞弊工作中应承担更重要的责任。

阳光行动

公司在全国范围内常态化开展以“反思与自省”为主题的“阳光行动”全员廉洁自律巡视工作。截至2016年底，“阳光行动”完成首次全覆盖，开展培训56场，组织“警示教育基地”参观活动44次，参与人数达3629人次，有效覆盖了公司关键岗位人员，使员工充分认识舞弊的危害，增强舞弊防范意识，从思想上不愿舞弊。

与“中国企业反舞弊联盟”持续交流、共筑防线

2016年公司继续保持与“中国企业反舞弊联盟”的联系，积极参与联盟组织的活动，提升公司的反舞弊机制和管理水平；实现资源共享，信息共享，以共同建设廉洁的商业环境。根据联盟公约，联盟成员企业还将建立职员诚信档案，并承诺重视招录人员的诚信和道德，相关信息将在联盟成员企业之间共享。

完善举报投诉机制

公司建立了运行有效的内部举报投诉机制，并通过《举报投诉管理办法》对举报投诉接收渠道、职责分工及管理流程进行了规范，使举报投诉信息整体处理过程更加清晰化、流程化、规范化，有效规避举报信息在接收、分发、查证、追踪、汇总和监督整体过程的管理风险。另该办法还对举报人保护、举报有功人员奖励方面进行了明确规定。

此外，公司开发并实施了反舞弊信息自动化处理流程，使举报信息的接收、转办、查处、追踪更加规范化、透明化，并形成闭环机制。提升内部信息流转的效率，同时通过举报信息的有效分析，为舞弊预防工作提供数据支持。

举报信息渠道

集团公司设以下举报通道，举报渠道完全向内部、外部公开并在集团内网及外网持续公示。

- 集团纪委的举报信息受理电话：0471-3357805
- 举报信息受理电子邮箱：yijw@yili.com；yilijubao@163.com；pangang@yili.com
- 举报信息邮寄地址：（内蒙古）呼和浩特市金山开发区金山大街1号内蒙古伊利实业集团股份有限公司纪委，邮编：010110

信息安全

•••

伊利制定了覆盖网络、数据、系统、运维、机房等层面的管理制度规范，包括《内蒙古伊利实业集团股份有限公司信息化管理制度》及《内蒙古伊利实业集团股份有限公司员工信息安全手册》，从而保障计算机和网络设备及信息化系统的安全运作，并提高员工信息安全意识，规范员工操作使用信息系统过程中需要遵循的基本信息安全行为。在安全管理制度的实施过程中，由相关管理人员不定期对安全管理制度进行检查、审定，对发现存在不足或需要改进的地方进行修订，以适应实际环境和情况的变化。

2016年，伊利建立了同城异地双活数据中心和异地数据备份中心，提高了信息系统可靠性，在主数据中心出现问题时，可保证业务数据无丢失并可在3小时内由备用中心接管运行，为搭建公司私有云奠定基础。此外，伊利对现有两个重要系统进行测评，对不符合项制定整改计划进行整改，保障信息安全等级保护要求。

截至目前，2016年全年信息安全培训场次100场，共计培训课时239小时，参与人员5407人。通过培训，让员工有了系统的认识和了解，注重生活中的点滴信息安全习惯养成。



+

5970 人次

2016年公司组织召开反舞弊宣传与合规自律培训134场次，参与人员约5970人次。

1.5 带动地方 经济发展

随着公司业务规模不断壮大，伊利在全国各地进行了生产建设，在满足公司日益发展需求的同时，也为当地经济发展带来了巨大贡献。



伊利集团 2016 年新增液态奶生产线 44 条，总投资 11.3 亿元，增加年产能 43.7 万吨。在新增生产线的带动下，增加就业岗位 913 人，新增产值 202937 万元，增加税收 8811 万元。

拥有 4 家自建酸奶工厂（天津、苏州、河南、北京），呼市基地酸奶工厂 1 家（金山工厂）。5 家工厂整体建设规模在国内同类型企业处于优势地位，规模化建设、高自动化设备配置、科学的管理逐渐让企业成为当地政府对外形象展示的窗口，提升了当地经济发展的美誉度。5 家工厂近三年合计缴纳税额 22.34 亿元，为当地经济发展做出了突出贡献，共计提供就业岗位 2850 个，很大程度上为解决当地劳动力就业问题，

为当地的社会繁荣、稳定做出了重大贡献。目前已经形成了以天津武清区、苏州工业园区、平顶山宝丰县、北京密云县、呼和浩特金山开发区为中心的区域型消费经济商业圈，极大地促进了当地的经济建设发展。

此外，伊利集团正在筹建黄冈酸奶生产基地项目，咸阳酸奶生产基地项目和沈阳酸奶生产基地项目，三个项目全部达产后年销售收入为 45 亿元。项目建成投产后可缓解东北、西北和华中三个区域产能紧张问题，可满足未来十年三个区域的销量需求。

2

LEADING
GLOBAL
INDUSTRY
DEVELOP-
MENT

引领
全球行业
发展

作为行业内的**领军企业**，
伊利在为消费者提供
健康营养产品的同时，
积极带动
产业链**共同发展**，
加强**合作伙伴**能力建设，
创造共享价值，
注重**员工培养**和**关爱**，
分享发展成果，
同时打造**绿色生产**
经营模式，
建立**可持续**业态模式。



2.1 全产业链 携手共进

为从源头保障食品安全与质量，实现全链条质量管理，伊利不断完善供应商管理机制，加强供应商管理和培训，确保公平竞争并建立健康长久的合作。

供应商管理与合作

...

严格准入与退出

伊利根据国际领先的供应商管理理论，制定了“全生命周期”供应商管理体系，内容涵盖供应商开发、分类、绩效、风险、关系、能力提升和退出管理七个子流程。对供应商准入合规性方面制定了《伊利集团供应商资质合规性审查管理规范》，对所有供应商进行企业合法合规审查及采购风险管控审查，共包括 12 项内容。为了规范供应商退出管理，制定了《伊利集团整合采购物资和服务供应商退出管理办法》，有效规避质量和安全风险。

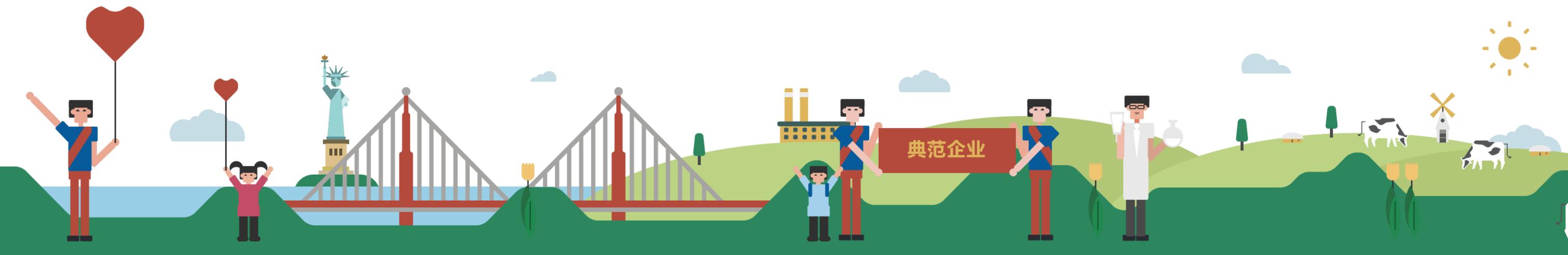
此外，伊利积极督促供应商履行社会责任，“是否存在使用当地法律所定义的童工”在供应商审核中为一票否决项，2016 年伊利现场审核的供应商未发现使用童工现象。在质量和环境方面，伊利逐步引入国内外广泛认可的认证体系，逐步提高对供应商的要求。

- 2016 年 9 月，伊利给所有合作原辅料供应商发送《关于“供应商自主改善项目”跟进反馈的通知》，要求所有合作原料、包装材生产型供应商均需在 12 月 31 日前完成 ISO9001 质量管理体系认证，同时原料和直接接触产品包装材料供应商应于 2017 年 12 月 31 日前完成食品安全管理体系认证。

供应商能力建设

为共享伊利内外部成熟资源，提升供应商自主管理水平，不断提升质量、降低成本、缩短交货周期，实现与供应商共享资源，共同发展，公司于 2016 年 9 月成立了“供应商发展学院”，标志着伊利服务全产业链合作伙伴模式全面启动。

- 2016 年，伊利推进供应商自主管理改善，并按照要求时限完成质量管理体系认证和食品安全管理体系认证，建立系统化的质量和食品安全管理体系。
- 2016 年，伊利集团依托“供应商发展学院”资源优势，针对供应商实际情况，组织开展《供应商管理手册》的培训宣贯。同时，组织 500 余名供应商人员开展了《HACCP 危害分析与关键控制点》、《ISO22000 食品安全管理体系》等相关培训，共同完善食品安全与产品质量管控体系。



供应商协同

为了全面提升伊利集团采购竞争力，支撑公司发展战略，使供应商与伊利集团在供应链管理上进行高效协同，2016 年，伊利公司搭建起多用户一体化的业务提升平台“SRM-全球供应商协同平台”，与供应商在订单业务、消息协同、项目管理、培训/会议、问卷调查等方面进行实时协作，高效工作，实现“采购业务全程可视化，供应商协同一站式管理”的目标。

保障供应商合法权益

按照国家法规，伊利集团制定了与供应商权益对等的《内蒙古伊利实业集团股份有限公司合同管理办法》并严格执行。公司还下发了《规范直接材料付款起始时间》的通知，从而有效管理并统一供应商的起始付款时间，并规避由此带来的商务风险，保证公司及供应商合法权益。

为发展正常的商业合作关系，避免商业贿赂对双方合作的损害和阻碍，伊利制定了《所有采购类协议应增补阳光协议的规定》，即在签订采购主协议的同时，需与供应商签订类似反贿赂协议的阳光协议，以杜绝一切商业贿赂，发展健康的合作伙伴关系。

为了进一步加强采购过程中知识产权管理，维护企业利益，避免供应商的知识产权受到侵犯，2016 年伊利集团与供应商签订《知识产权保护协议》，既保护了供应商知识产权创造者的独占性，又激励供应商在高起点上去创造新的知识。

+
100%
2016 年与合作供应商
100% 签订《供应商商业
诚信与反舞弊管理告知
书》，100% 签订《阳光
协议》。

经销商管理与合作

经销商规范管理

伊利集团各事业部依据自身业务特点，都制定了经销商管理制度、方案，包括经销商开关户标准流程、保证金收取标准，规定仓库质量管理和规范产品仓储，以及建立电子台账实现产品追溯，并严格要求执行“科学价格管理办法”，同时在经销商销售合同书中也规范经销商应当承担社会责任，比如不销售不符合质量规定的产品，承担维护产品质量义务。

经销商能力建设

2016年，伊利集团成立了经销商发展学院。在潘总提出的“厚度优于速度，行业繁荣胜于个体辉煌，社会价值大于商业财富”理念的指导下，伊利经销商发展学院致力于实现产业链的共同发展，为经销商伙伴量身定制了专业的能力提升课程、整合了业内优质的培训资源，并争取到优惠的专属价格，切实帮助经销商伙伴诊断生意现状，给出改进建议、共同制定实施计划、定期跟进实施结果，遵循PDCA，最终实现双赢的经营目标。

伊利经销商发展学院自成立以来，开展了多项针对经销商伙伴的定量、定性调研。其中回收问卷达到1400余份，定性访谈、走访共计145人。在此基础上，学院召开了经销商能力提升与发展战略研讨会，共议经销商发展模式、经销商能力提升知识框架和经销商能力提升举措。随后，甄选具有代表性的经销商伙伴开展基于提升“生意经营”能力的试点培训，帮助经销商梳理公司组织结构、制定合理的人员和物资配置，完善财务管理系统、避免财务损失，制定经营指标及绩效，从而为未来面向更多经销商伙伴开展培训定制课程内容及指导工具，实现经销商的能力提升。

2016年9月，“共赢·发展·创新”伊利集团服务全产业链大会正式启动。随后，液奶、冷饮、奶粉、酸奶四个产品事业部分别开展了经销商能力提升训练营。在培训课程及实用工具的指导下各事业部经销商伙伴分别根据自身经营痛点选择实战课题，制定提升计划并落地实施，从而赢得知识、能力与利润等多方面的提升。



2.2 创造共享 价值

伊利集团在自身发展的同时，也非常注重帮助产业链伙伴成长。伊利结合业务与优势资源，以推动奶业产业链持续健康发展及共赢为己任，主要通过推动国内奶牛养殖业转型升级、发展产业链金融、实施精准服务等举措，开展产业扶贫，扶持奶农养殖户发展壮大，与产业链伙伴共创价值，实现社会共赢。

与产业链伙伴协同成长

...

高品质奶源取决于标准化、规模化牧场建设水平。伊利集团紧密结合企业主营业务，利用企业优势资源帮助奶农提升技术、提高效率、减少成本，不断探索新型奶农培训模式，通过“奶牛学校”、“牛二代训练营”等方式，加大对奶农的帮扶力度，带领大量奶农脱贫致富，同时，培养和支持现代牧场的发展，为建设优质奶源基地做出重要贡献。

帮助奶农能力提升

奶牛学校

为迅速提高养殖户养殖技术水平，系统地引进国际、国内先进的牧场管理经验，伊利集团于2010年成立伊利奶牛学校，为奶农提供奶牛养殖技术培训，提升牧场管理和效益，提高牛奶的质量，从而保障公司的产品质量。

伊利奶牛学校以科学养殖为核心，整合了联合国粮农组织、美国明尼苏达大学、利拉伐公司、勃林格公司、诺丁汉大学、宾夕法尼亚大学、农业部管理干部学院等伊利集团全球价值链上的优势资源，开发奶牛繁育、饲养、保健、挤奶等课程模块，面向社会开办专业技术培训，提高牧场人员技术水平，帮助牧场业主获得更高的养殖效益。



伊利集团“牛二代训练营”学员正在向老师请教问题

截至2016年年底，奶牛学校已举办10期，组织了300多场牧场管理专项培训和专题讲座，开展了7000余次牧场现场技术指导；引进专业课程100多门，开发了覆盖青贮制作、健康管理、牛奶质量、防暑降温、防寒保暖等牧场各生产环节的网络课程，培训供应商上万人次；通过各种措施，帮助中小型牧场单产提升了6公斤，显著提升了奶农养殖效益，得到了奶农的认可。

牛二代训练营

2015年，伊利在奶牛学校基础上，全面升级了现代牧场人才的培养模式，推出了“伊利奶牛学校牛二代训练营”。在全国范围内聚焦牧场主接班人以及牧场经营管理水平，即针对牧场的未来接班人进行包括技术、管理、财务等在内的综合能力培训，致力于推动现代化牧场的可持续发展，引领中国奶农培训的升级和变革。

“牛二代训练营”不仅能够帮助供应商提升自主管理水平，改变以往主要靠公司监管和原奶到厂检测的控制质量方法，从根本上保证牛奶质量安全；同时也为社会牧场培养了一批优秀接班人，在行业内引起了良好的反响。

2016年，伊利“牛二代训练营”全面推广，通过理论学习及考试选拔供应商人员，在牧场开展SOP实践技能训练，并开设牧场管理类及财务类课程。通过对“牛二代”人员技能培训及认证，推进牧场标准化操作，截至目前，已经为奶源供应商培养了100多名技术骨干。

中美牧场合作交流

自2011年起，伊利集团与美国俄亥俄州立大学建立合作交流联系，旨在培养一批优秀的奶牛养殖专业类人才，为中国奶牛行业的发展储备人才。本项目由伊利选拔具有潜质的人才去美国牧场进行为期1年的脱产学习。2011年-2016年共计输送培养19人，共计花费近400万元。2016年伊利共派出3名人员参与交流学习，共计投入近50万元。

学员学成回国后，带回了先进的奶牛养殖专业知识及牧场管理理念，所管理的牧场业绩提升明显。学员普遍认为参加中美牧场交流学习不仅收获了先进的管理技术，培养了良好的工作习惯，最重要的是吸收了先进的奶牛养殖理念，为奶牛养殖行业的创新突破奠定了基础。

促进合作牧场经营管理水平提升

标准化操作程序 (SOP) 推进

为了帮助合作牧场建立管理体系，提升管理经营能力，伊利集团将多年实践总结出的“SOP”标准化操作规范，形成了一套服务社会中小型牧场的全新方法，将牧场奶牛养殖、管理的所有流程和环节进行统一规范、统一标准，并通过奶牛学校、“牛二代训练营”等平台推广，利用公司全国各奶源基地基层技术服务团队开展驻场帮扶与指导，逐步将 SOP 成功导入到了社会中小型牧场，提升了牧场的养殖技术和管理水平。

保障牧场奶牛饲料供应

2016 年，伊利推动奶源供应商制作高质量全株玉米青贮，共制作全株玉米青贮 442.65 万吨，为种植玉米的农民创收达 2.2 亿元；同时，供应商平均每头成母牛全株玉米青贮储量达到 12.82 吨，充分保证了奶牛饲喂需要，为 2017 年奶源基地奶牛粗饲料供应提供了可靠保障。

奶源基地转型升级，实现规模化发展

2016 年，伊利集团一方面重点引导供应商整合分散饲养牛源，引领行业向牧场养殖模式转型升级。同时还鼓励有发展潜力的供应商，通过兼并方式扩大养殖规模。截至目前，伊利集团规模化牧场 100%。

升级牧场管理系统，实现智能化管理

2016 年，伊利集团以牧场管理系统为平台，通过升级系统软件，再一次为全国所有奶源供应商免费开发了原奶生产计划预测、奶牛营养配方以及库存管理、养殖技术线上课程培训等新功能。通过这些新功能的开发与使用，供应商可以合理安排奶牛饲养管理，科学规划牧场生产计划。通过牧场管理系统，牧场主还可以对历年奶量等重要生产数据进行对比分析，极大地提高了牧场管理效率。此外还通过牧场管理系统，与全国供应商建立了更加高效的沟通平台，更便捷地参与到供应商奶牛养殖、原奶生产过程中来，确保原奶质量安全可控，实现了公司与牧场主的双方共赢。



普惠金融促产业发展

伊利集团率先探索产业链金融模式，有效解决上下游小微、三农企业融资需求。依托下设的融资担保公司和商业保理公司，设计丰富的金融产品，满足不同层次合作伙伴的需求，加大融资支持的覆盖面，使融资支持真正达到普惠的目的。通过与中国银行、浦发银行等金融机构合作，共同研发了多款契合上游养殖户、下游经销商等产业链合作伙伴需求的金融产品。如“青贮保”、“流通保”、“牧场保”以及“即期保理”等，有效解决了他们的融资难题。

2016年，伊利产业链金融中心针对伊利上下游合作伙伴推出了两款定制化金融产品，分别为预付保理及市场费用保理，两款产品更好地满足了中小微企业的融资需求。在不断创新的同时，产业链金融中心还不断优化原有产品及业务流程，简化了办理手续及资料，进一步提升放款效率，扩大普惠金融覆盖面，解决了合作伙伴融资慢、融资烦的问题。

2016年全年，伊利融资扶持上下游产业链伙伴共计1621户，累计融资金额超过44亿元，户均融资金额274万元。



你们不但有**专业的技术团队指导我经营，降低我的饲喂成本，单产提升；而且还组织牧场对标学习，让我向着最先进的牧场看齐；**你们还创办了担保公司，**帮我解决青贮、购牛等资金问题。**真是办的良心事，**真正地解决了我的后顾之忧，让我能安心心的养牛，搞生产。**”

——奶牛养殖专业合作社 金勇

解决养殖户融资难题

通过融资扶持，及时解决上游养殖户对资金的需求，为养殖户扩大养殖规模，降低采购、养殖成本，提升养殖效益。2016年累计支持合作牧场488户，累计融资金额10.14亿元。

吴忠市金勇奶牛养殖合作社的故事

金勇是吴忠市金积镇梨花桥村一名80后青年，地地道道的牛二代，与伊利已有6年的合作历史。经过两代人十几年的不懈努力，牧场从最初的散户托管经营，发展到当前自有牛存栏1900余头。

因牧场基础设施建设、买牛需要大量的资金投入，金勇曾向当地商业银行和农信社等多家金融机构询问过，但因筹资本高、抵押担保门槛高、手续繁琐等多种原因，均没有获得银行贷款。

伊利公司的奶源管理人员第一时间通知金勇可提供金融支持，并迅速帮助他搜集、整理融资材料，短短15天的时间，他就申请到了900万元贷款。资金到位后，他不但按照原有计划整合了散户的奶牛，实现了奶牛所有权的统一，发展起了自己的家庭牧场，而且顺利完成了青贮储备。



伊利公司提供的**资金支持太及时了，从提交申请到收到融资连十天都不到，**民间借贷都没有这么快。**如果没有这笔资金支持，我肯定没法按时交货，与伊利近十年来积累的信誉也将毁于一旦，感谢伊利公司对我的信任。**”

——某公司法定代表人 张永红

保障供应商稳定经营

通过融资扶持，伊利壮大供应商规模，提高供应商抗风险能力，提升整个供应链的质量和稳固程度。2016年，累计支持供应商211户，累计融资金额18.36亿元。

奶粉供应商订单融资的故事

某广促品供应商从2008年以来一直与伊利集团合作，但到了2015年，因公司在资金周转方面的顾虑决定减少投标。了解此情况后，伊利集团主动向客户介绍了产业链金融，同时协助其进行申请资料准备和业务办理，共为其发放9笔保理款，使得企业资金运转得到了很好的改善。

2016年11月，为筹备春节促销活动，伊利集团向某供应商下达了春促订单。但供应商手中的资金有限，还存在800万元的资金缺口。公司法人抱着试一试的态度联系了伊利集团，伊利集团在接到信息后组织进行多轮风险和模式的研讨，产业链金融中心进行了综合评定，并前往实地考察、调研了多家生产工厂后，根据现有金融产品加以创新优化，在风险可控的前提下，为该公司提供订单融资800万元。2016年，通过产业链金融共计给予该公司资金支持4008万元。



一季度跟上了公司节奏，**想不赚钱都不行，关键还能循环融资，**感觉是咱们伊利公司**推着我往前冲的。**”

——伊利冷饮经销商 廖财喜

促进经销商发展

经销商大多为中小微企业、个体工商户，通过伊利产业链金融扶持，超过15%的经销商获得了低成本资金，解决了资金问题，走上了快速发展的通道。2016年，累计支持经销商922户，累计融资金额15.92亿元。

冷饮经销商廖财喜的故事

廖财喜是一名冷饮经销商，因为资金不足，生意一直难有起色，年销量常年徘徊在一百万左右。2016年，伊利下设的内蒙古惠商融资担保有限公司主动给予廖财喜融资支持，一季度放款25万，全年3次循环使用，解决了一直困扰他的资金问题。一年生意下来，年销量从2015年的128万元增长到2016年的207万元，同比增长63%，终于从100万的市场级经销商跨步走上200万市场级经销商。

2.3 构建绿色 产业链

伊利努力打造“绿色产业链”，形成健康的产业生态，尤其针对乳制品企业赖以生存的农牧业，伊利不仅高标准要求自身，还在行业内推广可持续发展理念，以助力生态扶贫，实现减贫脱贫和生态文明建设的“双赢”。

绿色牧场

...

牧场绿色管理是乳制品企业践行绿色发展理念的第一个环节，在学习国内外经验的基础上，针对各地牧场的特色，伊利总结出一套有效易推广的农牧业生态循环模式。所有自营牧场均配套建设了雨污分离、干湿分离等设施，实现了“种养结合粪污资源化综合循环利用”的零排放模式。伊利以自有牧场为示范，在行业内推广绿色牧场的理念，不仅推动合作牧场进行环保改造，更将伊利的农牧业生态循环模式推广到全国更多的牧场。

绿色生产

...

伊利坚持绿色产业发展方向，倡导由领先企业向整个行业延伸绿色理念，确立绿色标准，采用节能减排、低碳环保的方式进行生产，保证各类废弃物、污染物处理得当并达标排放，创建绿色标杆，驱动产业链上的所有环节实现可持续绿色发展。

为应对紧急情况，从集团至各分（子）公司均建立了本单位的环境保护应急预案、组建应急组织队伍并配备了相应的应急资源，以应对突发紧急情况，尽全力将企业对环境的污染降至最低。



节能减排

2016年伊利建立能源管理体系，全面管理能源系统的绩效指标工作，制定绩效目标。集团下发了《伊利集团能源管理体系运行手册》、《伊利集团能源管理与可持续发展纲要》，有效的控制了日常能源损耗，加强了能源管理。伊利连续几年获得国际碳金奖，并在2016年12月通过了同时符合ISO50001、RBT120、GBT23331标准的能源管理体系认证，成为国内首家以集团形式建立能源管理体系并通过认证的乳品企业。

2016年，伊利采用空压机余热回收、推进沼气锅炉、锅炉烟气余热回收、电机节能、应用节能型水泵、自动化控制、节能照明、流程优化、能源梯级利用等措施，开展节能项目103个，实现节能收益1614万元。自2010年至2016年，伊利连续6年开展了温室气体排放量盘查，通过强化能源管理、淘汰高耗能设备、调整产品结构、开展节能技改等工作，在行业内率先开展全面碳排查，全面核算生产过程中的温室气体排放量，并积极寻找碳减排机会，竭力践行节能减排的社会责任。

水资源管理

伊利从集团、事业部到各个生产厂层层建立节水工作小组，分解节水目标指标，并且引入“企业水平衡测试”专业管理工具，查找漏点或浪费点并改善，通过管理改革，平均每个工厂年节约用水量约5.56万吨。

- **冷凝水回收系统**：冷凝水回收技术把车间的冷凝水集中回收后送到锅炉房再次使用，减少了锅炉加热过程燃料的使用，同时降低了水资源的浪费，减少了空调对于降低车间温度的能耗以及污水处理的数量，实现资源循环利用。根据对潍坊液态奶工厂进行跟踪测试，每天可产生60吨回收量，全年平均21600吨，节约1160吨标煤。目前伊利已有超过20个工厂使用冷凝水回收系统。
- **浓水回收系统**：浓水回收技术把软水制备纯水过程产生的副产品浓水进行回收利用，用于消防用水、冷却循环水的补水、锅炉脱硫除尘用水、煤场润煤用水、生活卫生用水以及锅炉补水，同时相当于减少了等量污水排放。以金海奶粉工厂为例，每日产生浓水为300-350吨，至少可节约所需产生软水的自来水315吨，全年平均113400吨。
- **污水厂中水回收系统**：污水中水回收系统将污水厂达标处理后的中水用于厂区绿化灌溉、锅炉房的水力除灰出渣等，减少新水的使用消耗量和污水排放量。以杜蒙奶粉工厂为例，每天可再利用50吨中水，全年平均为7500吨。
- **杀菌机清洗水回收系统**：伊利液态奶工厂在前处理工段增加两台回收水罐，把超高温和巴氏系统产生的无菌水进行回收，在清洗时再进行分配使用。以中型常温乳品工厂为例，大约有1-3台巴氏设备和5-9台超高温设备，每天可节约水耗90m³，每年可节约2.7万m³水。目前伊利已有超过20个工厂实现了超高温和巴氏的水回收，每年节约水量大约50万m³。

+
1460.48 万吨
2016年节水量1460.48万吨，
2016年单吨产品节水量
为1.99吨。

三废管理

伊利集团的废水、废气及废弃物处理均符合国家法律法规标准要求，保证污染物泄漏等环境事件零事故，同时各单位均有污染物突发事故预防机制。

- **废水**：伊利目前自建污水处理厂（站）的日污水处理能力近13万吨，年降解COD近5万吨，实现排水全部达标，且对处理后的中水部分回收利用，既减少排放量，又节约水资源。伊利集团的污水处理厂（站）全部严格按照环保部门的要求建设和运营，对于当地环保部门有要求的所有工厂都安装了污水在线监测系统，并实现与环保局联网。2016年较2015年多降解COD1.4万吨，单吨产品减少COD排放量约2kg/t。
- **废气**：伊利积极为提高空气质量、减少雾霾天气做出力所能及的贡献。为认真贯彻“大气十条”和《锅炉大气污染物排放标准》，严格履行《燃煤采购质量标准》，伊利对工厂及旗下20家企业进行燃煤锅炉脱硫除尘技术升级，关闭2家企业的燃煤锅炉，将5家企业的燃煤锅炉改为燃气锅炉。2016年底，通过燃煤锅炉脱硫除尘改造，较改造前减排颗粒物84%、SO₂98%、NO_x10%。
- **固废**：伊利大力倡导固体废弃物的安全处置，将一般固废和危险废物分类收集，分别移交给有相应处理资质的单位，并严格审核第三方处理资质的合规合法性，使固体废弃物100%得到规范化处理。

+
1.6 亿元

2016年，公司致力于打造可持续发展的乳制品产业，持续投入绿色生产、绿色牧场、绿色建筑等项目，实现经济与环境双赢，2016年总计投入约1.6亿元。

动物福祉

健康舒适的生活环境，是奶牛生存的基本保障，也是产出优质牛奶的重要前提。伊利牧场始终秉持高标准动物福祉，对奶牛悉心照顾，并以同样的标准来考量供应商。

2016年，为了提高奶牛饲喂的舒适度，保障奶牛健康快乐生活，伊利制定了《防暑降温专项方案》及《防寒保暖专项方案》，以改善并减轻奶牛夏季热应激及冷应激。在防暑方面，伊利在90%以上的牧场安装风扇和喷淋，降低奶牛生活环境温度，使6-8月份平均单产达到27.8公斤，增长了3公斤。在防寒保暖方面，伊利推动合作牧场维护改造设施（门窗、水槽）设备（车辆），保证奶牛卧床垫草垫沙足量，建立挡风设施。截至12月底，奶牛平均单产同比提升2.5公斤。

为了保证奶牛的正常休息，提高了奶牛舒适度，伊利还制定了《牧场蚊蝇防控技术标准》，在所有合作牧场开展蚊蝇防控，根据蚊蝇生活习性在3月份对滋生场所消杀虫卵，减少蚊蝇孵化的数量，让奶牛更舒适地生活。



绿色建筑

在可行性研究阶段，伊利的所有建设项目均要考虑生态环境影响（如水源地保护）、周边环境设施配套是否齐全以及对周边居民的影响，同时需由第三方完成项目环境影响评价报告。

在建设过程中，主厂房全部采用可循环再利用的钢材进行制作和安装，混凝土及钢筋均采用建设地附近取用。生产区域建材均采用环保节能建材进行施工和安装，外墙及屋面保温材料均采用国际最优质品牌。在办公及厂房设计时充分采用自然通风及自然采光。外墙全部采用低吸热的浅色材料制作，以降低阳光辐射对室内造成的能源消耗。

为了保障建筑厂房的节能降耗，空调、供暖系统以及生产所采用的电动机均达到2级能效等级；生产车间选用发光效率高、寿命长的LED光源；水、电、压缩空气等按照区域设置了各种用能计量设备，进行用能的分区、分类和分项计量。通过系统性全面地节能降耗系统，实践绿色建筑的理念。

绿色运输

在实践绿色运输方面，伊利集团开发了流量流向规划软件，通过提高车辆满载率、工厂直发客户比例、专线运输等措施，减少发运车次、空车回流，提高了车辆使用率，从而减少了车辆环境污染的影响。此外，聚焦环保型运输方式，开发铁路、海运资源，目前已经与中国铁路总公司开展合作，有效推进铁路资源的使用及拓展。

绿色包装

伊利集团创新中心在可持续包装领域持续创新研发，开展了减少包装材料用量、降低包装材料能耗等相关研究，将PS片材、共聚聚丙烯、压敏粘胶带、热熔胶的用量分别减少15%、10%、20%、25%；此外，还开展了可降解材料聚乳酸在酸奶包装中的应用研究，以实现产品的更加绿色环保。

环保意识提升

伊利在2016年组织全公司环保工作相关人员进行ISO14001:2015环境管理体系培训，参训人员共计150人。参训后，环保人员对环境管理体系的认知度大幅提升，对环境因素识别与判定有了新的认识，对全生命周期环保管理有了新的领悟，将逐步把标准融入实际工作，从而提高集团环保管理的水平。

+
299 台

2016年，伊利集团通过提升奶车满载率、减少原奶运输车辆52台，并推动供应商淘汰并更新299台老旧车辆，实现原奶的绿色运输。

2.4 助力员工发展与幸福

伊利集团致力于营造卓越、担当、创新、共赢的文化氛围，持续打造一流的人才供应链，构建多元化的职业发展通路，为员工提供良好的职业发展平台，持续打造高效的服务体系，重视员工权益保障，建立多元化畅通的沟通渠道、提供舒适安全的工作环境等举措，保证员工身心的健康发展，促进企业战略的实现。



伊利集团员工积极参加健康跑活动

保护员工权益

...

员工雇佣和权益保护

伊利集团严格遵守法律法规，保障员工的合法权益。依据《劳动合同法》及相关法律法规的要求，自用工之日起，与员工签订劳动合同，合同依法签订率为 100%。公司依法制定《伊利集团劳动合同管理制度》，明确规定公司在与员工签订劳动合同前，如实告知员工工作环境、工作内容、工作时间、工作地点、职业危害、安全生产状况、劳动报酬等与员工切身利益相关的情况。明确劳动争议调解委员会的组成及职责、公司的基本与辅助用工形式、劳动合同期限、构成、签订、变更、续订及保管，明确了工作交接、员工档案管理规则，并提交职代会审议通过。

伊利集团严格杜绝使用童工，要求所有员工在入职时提供身份证原件用于审核，并需要提交身份证复印件作为对员工身份及年龄的核实。在招聘过程中，民族和年龄没有限制，目前全集团的少数民族员工比例为 7.76%。

在保障女职工权益方面，公司遵循《女职工权益保护专项集体合同》，保护女员工的权益，在定薪、调薪和各项福利待遇方面实现男女同工同酬，充分发挥女职工在企业经营中的积极作用。对于员工的休息休假，公司根据《伊利集团休息、休假及考勤管理制度》严格管理员工的休息休假时间。通过一系列的规章制度与规范管理，伊利切实保障员工的合法权益。

+ 100%

各年体检及健康档案覆盖率 45.51%，各年社会保险覆盖率 100%。



报告周期内吸纳的就业人数（人）	14567
员工总人数（人）	54983
劳动合同签订率（%）	100
员工性别比例（男：女）	3:2
中高层管理比例（%）	0.69
女性高管比例（%）	21
员工年龄结构 (30 及以下 / 31-40/41-50/51 及以上)	31:23:9:1
员工流失率（%）	14.53

员工薪酬福利

伊利集团以“4P”付薪理念为指引，提倡全面薪酬策略，同时为适应公司战略发展的需要，体现薪酬的绩效导向、内部公平性及外部竞争性，根据工作在不同职业领域的岗位特性，公司建立了宽带制、达成制及计件制薪酬体系。

在公司愿景及经营方针的指引下，公司整体效益持续提升，为员工共同分享企业发展的成果，公司深入分析，全盘考虑，参考不同区域、不同岗位市场的薪酬水平，连续 9 年采取系统调薪举措，对员工的薪酬水平做系统调整，构建有竞争力的员工收入体系。

伊利通过职代会发布的《女职工权益保护专项集体合同》中明确规定：公司女职工在提职、晋级、评定专业技术职称和享受其它福利方面，应当男女平等，并有计划的女职工实施职业教育及技术培训。同时，还对女职工在经期、怀孕、生育、哺乳等期间给予特殊权益保护。

公司非常重视员工工作条件、生活条件等各方面的改善和提高，除提供基础的法定福利外，还为员工设置了生日贺金、婚礼贺金、带薪年假、员工子女营养关怀、健康体检等四十余个福利项目，涵盖员工生活的多个方面。

打造人才供应链

•••

员工管理

在人才发展的探索与实践，伊利集团始终坚持“打造人才供应链”的指导思想，通过实施“发展组织与发展业务并重”的人才战略和“人才管理核心流程”，不断完善与业务相匹配的动态人才管理模式。

“发展组织与发展业务并重”以未来业务发展的需求为出发点，通过分析业务战略变化对人才的影响，更加精准的识别人才并科学合理地规划人才使用，确保组织设计与业务发展相匹配，实现企业的可持续成长。基于此，伊利集团构建了人才管理的核心流程，由标准体系、评价体系、盘点体系和发展体系有机组成，从而识别培养符合未来业务需要的人才。

员工职业发展与晋升

伊利集团一贯重视人才培养。为了培养人才，伊利集团率先在行业内实行了管理和技术双轨晋升制度，为专业技术人员建立了从见习级专员到资深级专家等十余个晋升阶梯，为管理人员建立了从主管到总经理等十余个晋升阶梯，使人才能够根据自己的专长、个性、经验和兴趣，自主选择职业生涯发展方向，并通过培训和个人努力不断晋升。

着眼长远 建立标准体系

伊利集团明确了岗位群体性的要求，建立了更精准的岗位成功典范，从知识、经验、能力与个性四个方面来优化岗位任职标准。

引进科学工具方法 建立评价体系

伊利集团通过引入国际知名的霍根测评、SHL 测评等第三方测评工具，结合 360 度评估模型、自我评价结果，提升了人才评价的全面性、准确性和深入性，为人才和岗位的匹配提供了科学支持。

承接组织战略 建立盘点体系

伊利集团建立了由各部门负责人构成的人才管理委员会，根据组织战略的调整，在原有继任计划基础上，以人才盘点会的形式自下而上进行潜力人才的发掘与识别，并针对识别出的后备与潜力人才的特点，因地制宜的制定行动计划。

多措并举 建立发展体系

伊利集团充分尊重员工个人发展意愿，通过轮岗、短期体验、培训等多种措施对其进行快速发展，以实现人才培养与组织发展相匹配的目标。

员工培训

在伊利集团，从管理人员到技术工人，每个人都能得到不断培训和提升的机会，集团内部形成了一个具有良好氛围的“学习型组织”，伊利员工因此拥有了一个全员学习的环境。伊利强调基于问题解决的培训，各个部门以解决实际业务问题为目的设计培训课程，既保证了培训与业务的统一，又使培训资源的投入有的放矢。

为了系统化地开展员工培训，伊利于 2006 年成立伊利商学院，邀请国内各路顶级的实战培训老师，通过系统课程的专业培训，使伊利集团各级管理人员系统掌握通用管理技能。同时，搭建内部交流平台，通过案例分析和经验共享，引发管理人员思考，拓宽视野，提升技能。培训内容包括新员工入职培训、领导力培训、专业领域培训等，同时借助网络培训平台，让员工更加灵活便捷的学习。2016 年，商学院针对 15000 多人开展了系列培训，共计 3144 小时，人均培训 34.17 小时，培训总投入近千万元。

员工沟通

•••

伊利集团从制度上保障员工的知情权、参与权、选择权和监督权，建立了职代会制度、厂务公开制度的民主管理体系，推进企业内民主管理、民主参与和民主监督机制，努力营造一个平等公正、开放安全的工作氛围。截至 2016 年底，伊利职代会提出提案 53 条、立案 6 条，其中，立案落实率 100%。

“同心同行同成长”新员工文化之旅活动

伊利集团非常重视新员工的培养工作，为了使刚刚步入公司的新员工更快、更好的成长并融入企业，2016 年，伊利集团开展了第二届“同心同行同成长”董事长与新员工面对面文化之旅活动。活动中，董事长潘刚与 1400 多名新入职员工进行现场沟通，用生动的事例与新员工进行交流，受到员工的热烈欢迎。活动没有生硬的说教、没有家长式的管理，更多的是心与心的交流和沟通。通过一系列活动环节的设计，帮助新员工更深刻地理解伊利文化，通过新入职员工文化宣誓仪式，让员工感知到作为伊利人的自豪感，从而增强了新员工对伊利的认同感和归属感，员工在活动中充分感受到了团队的温暖和公司的关爱。

伊利集团还建立了多元化的员工沟通渠道，通过内网、报纸和刊物等沟通和传播方式，倾听员工心声，了解员工心意。同时，开展员工调查，加强领导与员工的直接沟通，使员工问题处理更加便捷、更加高效。

“菁英汇一家亲”文化之旅活动

员工的心，企业的根。董事长潘刚在基层走访时，当听到有员工希望能回到公司总部来看一看时，第一时间安排相关部门策划组织了“菁英汇·一家亲”文化之旅活动。2016 年，第三届“菁英汇·一家亲”文化之旅活动成功举办。活动通过“蒙古族欢迎仪式”让员工感受家的热情；通过“家宴”让员工感受到家的温暖；董事长潘刚亲手为回家看看的员工切开“荣耀八强”的蛋糕并分享给员工，送上对每位员工的感谢和深深的祝福；通过“畅游伊利家园”，让一线员工深刻感受到伊利大家庭的爱；此外，还专门组织专业技能培训、参观工厂、牧场等活动，受到“回家”员工的一致好评。董事长潘刚还特别与“回家”的 200 名基层业绩精英进行了面对面的沟通交流，鼓励大家积极践行伊利文化，弘扬伊利精神，以更加积极、饱满的心态投入到工作中。



董事长潘刚和新员工代表亲切合影



董事长潘刚和参加“菁英汇一家亲”的员工共进午餐

保障员工健康安全

伊利致力于打造全球食品行业 EHS 管理典范，把“零违章、零伤害、零污染、零事故”作为战略目标，秉持“以人为本、关爱健康、全员参与、文化引领、预防为主、综合治理、持续改善、追求卓越”的安全方针，将“以人为本”作为各项安全管理工作的核心，切实保障员工的生命安全与健康，所有子公司均达到 OHSAS18001 职业健康安全管理体系标准要求。

2016 年，伊利集团建立了以“风险管理”为核心的 EHS 管理体系，先后对照国家法律法规标准，建立并实施氨制冷、通勤车、电气、锅炉、实验室通风柜、实验室气瓶间、机械安全 7 项重要危险源专项管理方案。推动化学品管理、建筑材料防火、厨房燃料等方面的安全设施改造升级和管理的规范，开展了如生产基地建筑内聚苯板材料替换、电气线路更换、新建叉车充电室、新建化学试剂库、新建气瓶间、实验室通风橱等项目，极大增强了公司硬件自身的安全性能，从源头上杜绝事故的发生。2016 年，集团累计安全生产投入约 2 亿元。

为管控集团安全生产风险，2016 年集团安委会共策划并组织对各基层生产单位现场进行检查评审 6 次，此外，各工厂还开展了巡检、周检查、旬检查、月检查、节假日检查等各类检查，保证整改或排除全部安全隐患。

职业健康与安全培训

伊利集团开展了包括 EHS 管理培训、在线培训、交流会议、应急演练在内的一系列安全行动，强化员工的安全意识，为达成“零事故”目标奠定基础。

2016 年伊利集团通过各类形式培训相关人员约 8 场，其中 EHS 管理体系培训 5 场，涉及管理人员约 150 人次，下属单位转训覆盖到公司全部员工，全员知晓 EHS 管理体系并运用于工作中；邀请 SGS 资深培训师，对 160 余名 EHS 管理人员开展了为期一周的培训；利用人力资源在线学习系统开展各类专项培训 10 场，涉及关键岗位技术人员，增强员工操作安全意识。同时，下属各单位对应急预案中不同事故类型，每月组织至少一场应急演练，相关事故应急人员参加，通过演练提升人员应急能力，培训相关应急知识，应急预案得到验证与修订。

改善员工办公环境

为了打造舒适温馨的办公环境，2016 年伊利物业中心在行政商务中心、创新中心、文化中心、游客中心各楼层公共办公区、会议室、员工工位摆放不同的绿植。

在伊利金海乳都科技园区、金川乳业外圈的绿化景观设计造型迥异，每年都有新景观，所有花坛全部为自行设计制作，在改善办公环境的同时，也增加工业旅游视觉冲击，彰显健康优美的工作环境。



关爱员工生活

为提升员工的幸福指数，伊利集团开展了各种关爱活动，帮助员工实现工作和生活的平衡。

关爱员工身心健康

EAP 员工帮助计划项目

伊利集团启动了 EAP 员工帮助计划项目，上线了“幸福 E 站”网络信息平台，引进了职场角色转变、处理家庭关系、婚恋、子女教育等主题的解压培训，并组织心理减压现场沙龙等活动，为员工提供必要的心理支持，创造轻松快乐的工作氛围。“幸福 E 站”网络信息平台上线两年来，覆盖了 4000 名员工，上线员工通过平台了解子女教育、婚恋、家庭关系、职场角色问题解决方法与技巧，通过心理测试及时发现压力并调整心情，通过该计划帮助员工释放压力，轻松工作、快乐生活。

女性员工关爱

伊利集团非常重视对女职工的关爱。2016 年继续开展了一年一度的妇检工作，为集团女员工进行 B 超、乳腺、妇检等检查，覆盖集团 3 万女性员工。公司还在妇女节之际开展了名为“三八女神日”的关爱活动。在节日当天提供多项服务与活动，如：集团总部为女员工放假半天，由公司统一安排女员工参加购物活动；为所有在生活服务公司餐厅就餐的女员工免费提供一份水果和一份美容保健粥；为女员工提供当代女性健康美体课程等活动。

在孕产期及哺乳期员工关爱方面，2016 年伊利集团在全国范围内，共投资 52.5 万元建设“爱心妈咪小屋”35 间，在通勤车前两排设立“孕妇专座”，为孕期员工提供方便；于每天 14:30 增加“哺乳期员工专车”，为哺乳期员工提供方便。



快乐家庭日，和孩子一起共度快乐时光

工作生活平衡

2016 年，伊利集团共组织开展了形式多样的员工活动，总计 9 场，共有 3.5 万名员工参与，活动平均满意度达 95.5%。活动内容包括员工素养提升大讲坛、彩色健步走、运动会、超级演说家、快乐家庭日等，帮助员工强身健体、开阔视野、丰富生活。

困难员工帮扶

兜底保障是精准扶贫不可或缺的环节，伊利积极响应国家鼓励多方力量参与兜底保障脱贫工作的倡议，成立了爱心基金以更好地帮助困难人群，并制定了《伊利集团爱心基金实施方案》。2016 年，公司积极实施《伊利集团爱心基金实施方案》，帮助多名困难群众，救助效果良好。

3

ADVOCATE
HEALTHY
LIFESTYLE

倡导
人类健康生活
方式

为实现健康中国的宏伟目标，伊利集团不仅注重产品品质，同时投入大量人力物力，开展营养健康基础研究，持续进行技术储备，以便全面满足消费者健康需求，此外积极开展健康知识宣教普及，帮助消费者选择合适的产品，使健康理念深入大众生活的方方面面。



3.1 营养健康 基础科研

伊利集团在“不创新，无未来”的管理思想指导下，提升创新体系建设，在行业内率先建立了三级研发体系，打造了“基础研发-技术升级-产品开发”的三级研发平台，建立了多个专项技术研发平台，包括伊利欧洲研发中心、国家企业技术中心、乳品深加工技术国家地方联合工程研究中心、国家乳制品加工技术研发专业分中心、全国冷冻饮品标准化技术委员会秘书处、国家技术创新示范企业、国家国际科技合作基地、国家引智示范基地、农业部现代农业技术体系功能实验站、内蒙古乳业技术研究院、内蒙古自治区乳品深加工技术与乳品安全企业重点实验室、伊利集团博士后科研工作站等。

伊利集团不断推进原创新产品与技术开发，建立起适应未来发展的技术研发体系，吸纳了国内外大量乳业研究方面的优秀人才，拥有高中级技术人员 965 人，博士 19 人，硕士 180 人，享受国务院特殊津贴专家 2 人，创新团队获得内蒙古自治区草原英才工程“第一层次产业创新创业团队”。

2016 年，伊利研发投入为 17196.22 万元，公司主导国家标准修制定 2 项，地方标准 9 项，行业标准 1 项；参与国家标准修订 8 项。获得中国境内专利 139 项，其中发明专利 48 项，实用新型专利 39 项；专利保护遍及液态奶、奶粉、酸奶、冷饮、原奶等多个技术领域。累计承担了国家科技攻关项目 8 项，自治区重大专项 3 项及自治区战略新兴项目 2 项，呼和浩特市重大科技专项 1 项。近五年，公司核心技术产生的成果获得国家科技进步二等奖 1 项，中华农业科技一等奖 1 项，全国工商联科技进步一等奖 1 项，中国优秀专利奖 1 项，中国商标金奖 1 次，中国营养促进贡献奖 1 次，农产品加工技术研发体系 10 强研发中心等 20 多项奖励。凭借企业良好的技术创新能力，入选国家技术创新示范企业和国家国际合作基地，是中国乳品企业中唯一获此殊荣的企业。

伊利入选“国家国际科技合作基地”

2016 年 2 月 16 日，在国家科技部公布的国家国际科技合作基地名单中，伊利集团位列其中，并成为乳品行业唯一一家入围企业。“国家国际科技合作基地”是我国“十三五”期间的一个重大科技合作发展计划，该计划旨在为深入贯彻落实创新驱动发展战略和《“十三五”国家科技创新规划》，从全球视野谋划“项目-人才-基地”相结合的国际科技合作模式，提升我国国际科技合作的质量和水平，进一步发挥对领域和区域国际科技合作的示范作用。

在“国家国际科技合作基地”的评审过程中，专家评委对伊利的创新理念和做法给予了高度认可。评委会认为，伊利开展全球织网战略，构建了包括欧洲、美洲、大洋洲在内的全球创新网络，主导和推动了多个重大乳业国际合作项目，国际科技合作成效显著，对中国乳业的国际科技合作的发展起到了重大的引导和示范作用。



创新中心

...

伊利累计投资 5 亿多元建成了 16000 m² 的创新中心。创新中心是集团研发核心机构，同时也是全国首个乳业科研成果转化的孵化器和乳业科研成果落地的加速器，研发领域涉及开发和产品改进、工艺研发和改进、设备研发和改进、产品营养功能研究、质量控制和检测方法开发、感官研究、以及原料和产品安全性评估。创新中心不仅服务于伊利集团，而且还作为地区经济和行业发展的坚强后盾，促进乳业产业集群的成长。

2016 年，创新中心在重构组织和管理体系的基础上，继续推进创新工作，除持续加强乳品基础研究、风险评估和产品开发外，强化消费者洞察、特殊膳食产品开发等领域的研究，拓宽产品研发领域；更加重视开放式创新，利用伊利欧洲研发中心，与全球农业、食品、生命科学领域顶尖科研院校、研究机构，建立起战略合作关系及合作机制，有效整合了内外创新资源，不断推动企业的原始创新、引进、消化、吸收和再创新能力。

在持续推进营养健康基础研究工作的同时，创新中心积极参加了包括了亚洲乳酸菌大会、全国特殊医学用途配方食品产业峰会、世界生命科学大会、婴幼儿肠道微生态与健康研讨会在内的二十多次国内外有关营养健康相关的技术和学术交流会议，增进行业沟通交流，致力于推动行业发展。

伊利荣获 2016 年度国家农产品加工技术研发体系科技创新十强

2016 年 12 月 8 日，在 2016 年全国农产品加工科技创新推广活动上，由国家农业部认定的 2016 年度国家农产品加工技术研发体系科技创新十强研发中心正式公布，伊利集团成为唯一一家入围乳制品企业。业内专家表示，国家农产品加工技术研发体系评选是对创新体系的整体考核，伊利能够成功当选，关键在于其创新体系的领先与完整，以及在推动中国乳业科技创新和转型升级方面起到的领军作用。

国际化合作

在全球经济一体化与中国经济新常态下，创新将成为企业可持续发展的关键因素，而国际化合作也将为行业发展提供外在助力。伊利突破“点对点”国际合作形式，开创了“多点合力”的智慧集群，使中国乳业第一次做到集聚全球顶尖智慧。在美洲，主导实施中美食品智慧谷；在大洋洲，与新西兰林肯大学展开合作；在欧洲，依托欧洲研发中心聚焦中国母乳研究、食品安全等课题，最大程度释放全球创新价值。

2014年，伊利联手欧洲生命科学领域的顶尖学府——瓦赫宁根大学，在荷兰正式成立中国乳业规格最高的海外研发中心。在伊利欧洲研究中心，通过适度酶水解蛋白和益生菌技术开发的托菲尔奶粉，改善了婴幼儿的肠胃舒适度，受到中国消费者的欢迎；同时为提高风险预警和防范能力，与瓦赫宁根大学食品安全所合作开展了“伊利食品安全早期风险预警系统项目”，进一步加强对食品安全风险的防范能力。

中国母乳成分研究

伊利自2003年起，伊利集团就启动了对中国母乳的自主研究项目，通过采集各地的母乳样本，对中国母乳的成分和营养进行系统专业的分析和研究，至今这项工作已经进行了15年。在此期间，伊利集团建立了中国首个母乳研究数据库，通过追踪和采集中国不同地域的母乳样本，对数据做出系统而专业的分析和研究；数据库仅研究文献总量就达到了2000多篇，其中婴儿配方奶粉研究资料更是涵盖49个国家和地区的20000多个产品，以此揭开中国母乳的秘密，2009年，伊利集团发布了全国首部“中国母乳研究白皮书”，过程中研发出的“含 α -乳清蛋白和 β -酪蛋白的婴儿配方奶粉及其制备方法”获得了国家专利。



消费者健康研究

伊利在乳制品营养、健康和安全方面积极开展相关工作，为产品创新提供基础的科研数据，不断对消费者的健康营养状况进行研究，在此基础的研究和开发产品，满足消费者对营养健康的需求。

2016年，伊利与荷兰瓦赫宁根大学等开展了母乳研究、中老年人膳食营养与健康状况调查研究等方面开展了相关研究。伊利开展了酸奶产品对于人体肠道健康改善作用的功效性研究，对乳制品在人体肠道健康改善方面的作用进行临床饮用型实验，为开发有利于消费者肠道和消化健康的酸

奶产品奠定基础。该项目的研究成功，将为液态奶产品在酸奶产品创新开发提供基础理论依据，为消费者在肠道健康改善方面的产品开发上市提供有力的基础研究数据，给消费者的肠道健康带来福音。

在心血管健康研究方面，伊利开展了植物甾醇对人体营养健康的研究，发表了《植物甾醇酯型牛奶对人体胆固醇的影响研究》的论文，在此基础上推出了植物甾醇酯型舒化牛奶产品，满足消费者心血管健康的需求，为广大在心血管方面处于亚健康状态的人们带来良好的影响。

3.2 推广健康 生活方式

伊利在追求成为全球最值得信赖的健康食品提供者的同时，也十分关注健康生活方式的倡导和生命活力的滋养。面对快节奏的现代生活带来的压力，伊利集团结合旗下各自品牌的健康属性，在全国开展了各类身心健康倡导活动，从健康知识普及、健康生活理念宣传到强身健体的运动赛事，无一不体现了伊利对健康和品质生活的不懈追求。

2016 年里约奥运会： “伊利邀你和千万人活力开动”

奥运原本就是个全民健身为主旨的盛会，将运动健身融入到生活中去，让活力无处不在，让健康成为常态，正是伊利要传达给广大受众的理念。在里约奥运会前期，伊利于 2016 年 5 月 9 日开启了“活力小壮举”的线上活动，在“活出活力，投入今天”的品牌主张下，倡导大家每天一个小壮举：有活力，哪里都是运动场。从活动开启之后，伊利每周都会上线一个以生活场景为背景的活泼有趣的运动视频，以微博和微信等社交网络为载体传播出去，还与健身 App——Keep 展开合作，巧妙地将健身与娱乐结合在一起，引发网友大量参与。

2016 年 6 月至 8 月，伊利结合奥运热点，开展了“奥运健康跑嘉年华”大型公益活动，倡导全民为奥运加油和全面健康的生活理念，邀请专业健身教练提供专业的热身指导及健康运动培训，结合线上和终端 70 场宣传、线下 2 场大型健康跑活动，整体覆盖人群近百万。

随着里约奥运会大幕的拉开，伊利推出“和千万人活力开动”主题品牌运动，号召大家不再只做奥运围观者，动起来活出活力，亲身参与助威奥运，践行健康生活方式。无论是体育明星还是平凡大众，无论是专业竞技还是日常运动，伊利以“和千万人活力开动”打响奥运营销战役，也借奥运向全民输出健康活力生活方式的正能量。作为中国奥委会官方合作伙伴，伊利有责任及义务向全世界的人民传达正确的奥运精神，奖牌不是重点，奥运也不是运动的终点。让真正的活力精神一步步融入平凡人的生活，才是最终为之努力的目标。



2016 年全国大众冰雪季： “伊利邀你冰雪之上活力开趴”

剑指 2022 北京冬奥会，同时响应习主席“三亿人上冰雪”的号召，伊利以全国大众冰雪季的合作伙伴身份，首次大力推广冰雪运动，为国民创造更多释放冬日活力的机会，邀请大家“冰雪之上，活力开趴”。伴随大众冰雪季的脚步，伊利在全国 25 家滑雪场中为冰雪爱好者提供活力支持。同时，伊利联合中国滑雪协会推出的以“撒欢吧，少年”为主题的青少年雪上活力训练营，邀请专业冬季运动员甚至是冠军选手到场，亲自指导青少年学习丰富多样的冰雪运动，感受冰上开趴的快乐。2016 年 12 月 24 日，伊利发起“史上首场雪合战网络直播”，在线观看人次破千万，让冰雪运动的魅力和活力再一次走进大众视野。

真细腻悦自己——甄享健康瑜乐会

甄稀作为伊利冷饮的高端品牌，联合高端运动品牌 lululemon 举办了“真细腻悦自己——甄享健康瑜乐会”活动，不仅开办了美女作家分享细腻生活心得的情感沙龙，还组织了慢跑、瑜伽、舞蹈等各类解放自我、释放压力的运动，吸引了大量爱运动、爱健康的女性参与。

舒化无乳糖 健康好状态

2016 年 11 月，伊利舒化奶借助新浪微博、微信、新闻网站等互联网平台，以“舒化无乳糖 喝出健康好状态”为主题与消费者进行线上直接沟通，通过典型职业人代表、营养专家及舆论领袖等人群证言无乳糖带来的健康状态，辅以知乎、果壳等新科普权威媒体对舒化奶功能性的专业解读和宣传，从而建立和强化消费者对舒化无乳糖功能的认知，并就这个话题展开了热烈的线上讨论。截至 2016 年底，该话题阅读量高达 9924 万，讨论量逾 7.5 万。



“撒欢吧，少年”青少年雪上活力训练营开幕

3.3

宣传与健康知识普及

伊利一直倡导健康生活方式，开展负责任的营销，从坚守产品标签、广告投放的合规，到惠及国民的营养研究，营造乳业良性、健康的发展环境。

产品标签与宣传

...

伊利依照《食品安全法》、标签标识相关法规及公司制度，于2016年修订下发了《产品标签管理办法》，强化对产品标签合规性审核，并严格按照国家新颁布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》对婴幼儿配方乳粉标签进行审核。

其次，在广告宣传方面，伊利对外严格遵守国家《广告法》中关于广告内容准则、媒介投放等要求，对内遵照集团或部门制定的相关流程规定，以保证广告投放过程中的真实、合规。比如会在投放前向媒体提供包括代言人合同、产品检验报告等相关证明材料进行审核，对内设立产品包装设计及物料确认流程化、代言人选用合理化、广告片制作规范化等一系列规范。

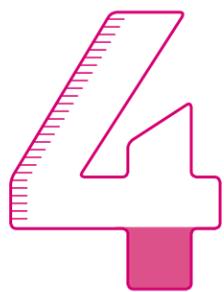
倡导母乳喂养

...

伊利金领冠奶粉坚持中国母乳研究工作长达15年之久，取得了丰硕的成果，对于乳业和社会健康意识倡导产生了巨大的影响，并在2016年第三届中国婴幼儿发展论坛上斩获了唯一一个“中国母乳研究杰出贡献奖”。其中，《伊利母乳研究视频》的摄制和上线，用消费者更易接受和理解的语言讲述了母乳研究背后的故事，让其更直

观地感受到母乳研究的意义和内涵；而另一部纪录片《中国母乳的秘密》则揭示了良好的地域和饮食是成就新妈妈产奶质量的关键，该片分别在各大主流视频网站上线，并获得优酷网亲子频道焦点图推荐、土豆网首页推荐、爱奇艺原创频道推荐，总播放量超过6000万次。





GOOD SOCIAL RESPON- SIBILITY

善尽社会 责任

企业的发展离不开
社会和谐稳定，
伊利集团在
追求自身发展的同时
扎根于**社会公益事业**，
结合国家 2020 年
建成小康社会目标，
**制定扶贫规划、
增进人民福祉**，
将其作为一项重点工作
长期推进，
通过**营养与健康、
环境保护、青少年教育、
灾害援助**四大方向
具体支持**社会公益行动**，
已在公益事业上
累计投入 8 亿元。



“
用伊利态度行公益之责：
公益是企业
社会责任的一部分，
是企业内心深处
社会公民意识的体现。

对个人而言
公益是一种积极理性的
社会态度和行为，
更是个人内心深处的
自我价值肯定。”

——潘刚

4.1 营养与健康

参与建立国内首个权威母乳库

母乳库是为特定人群提供健康可饮用母乳的冷冻存储机构，可为早产儿、新生儿，以及需要母乳喂养的婴儿及时提供最科学合理的营养。母乳库目前在发达国家非常普遍，我国目前建立母乳库已经势在必行，但缺乏出台标准化的运行指导意见。2009年伊利开始探索母乳库的建设，并一直在运行和完善母乳库的管理。

在此背景下，中国关心下一代工作委员会联合伊利集团、北京协和医院等国内10家大医院，共同推动标准化、规范化的中国母乳库的建立。这是国内首个母乳库推广项目，为中国母乳库的标准化、规范化运营树立了良好标杆，对推动中国母乳库未来健康快速发展具有里程碑式的意义。

中国母乳库将按照统一的操作规范进行运营，此规范由中国母乳库的专家团研究制定，并编撰《中国母乳库建立与运行指导意见》，填补国内空白。该专家团由来自国内外的著名专家学者、中国关工委儿童研究中心、伊利母婴营养研究中心的专家组成。

作为中国母乳库操作规范制定的参与者之一，伊利从2003年就开始进行母乳研究，建成中国首个母乳研究数据库，该数据库的婴儿配方奶粉的研究资料涵盖全球49个国家和地区的20000多个产品。从母乳采集、对比分析，到与关工委携手“中国母乳库操作规范”项目，伊利为推动婴幼儿配方奶粉领域和整个婴幼儿事业的发展，做出了一个乳业龙头企业应有的贡献。



关工委副主任武韬（居中者）、伊利集团执行总裁张剑秋（左三）为中国母乳库项目合作医院授牌



“自从有了爱心厨房，我每天都能吃上热菜热饭了。”

——受益学生 张楠

“爱加餐项目的实施，改善了孩子们过往的膳食结构，使孩子们在年度体检中各项指标的达标率均有提升，随着合理的营养摄入，孩子们的注意力和学习效率也得到了明显提高。”

——受益学校教师

伊利集团响应中国扶贫基金会“爱加餐”公益活动，为学生营养加餐

学生饮用奶计划

2000年国家“学生饮用奶计划”正式启动，该计划是一项政府推广的青少年营养干预计划，也是国家提供给学生的一项福利。伊利集团自2002年2月被国家“学生饮用奶计划”部际协调小组认定为“学生饮用奶定点生产企业”，是第一批获得“学”字标的企业。

作为定点企业，伊利积极推动校内规范化饮奶及食品安全管理规范，从仓储、分发、领用、包装回收等环节确保了学生奶供应学校的食品安全管理，有力地保障了学生奶项目推广安全。截至2016年，累计建设学生饮用奶规范示范校近2000余所；伊利学生奶产品供应黑龙江、辽宁、内蒙古、甘肃、青海、新疆、四川、西藏、云南等省市自治区，供应学校一万多所，日供奶350多万份。

此外，通过学生奶饮奶学校等渠道，伊利积极关注贫困家庭学生的营养改善，在四川省甘孜州捐助了200名贫困家庭学生全年的饮用奶及学生校服，改善了这些学生的生活条件，使贫困家庭的孩子感受到了社会的关注和温暖。

爱加餐

中国扶贫基金会“爱加餐”项目于2008年启动，得到了伊利等几十家爱心企业和约9000万人次的积极响应与支持。截至目前，已覆盖云南、四川、广西、贵州、湖南、湖北、辽宁、河北、河南、福建10省33州/市，68个偏远山区，受益学生超过58万人次，为学生提供了近3480万份的营养加餐，并建立了1000余个标准化的爱心厨房。

2016年，伊利继续和伙伴们助力中国扶贫基金会为国内贫困儿童加餐，累计投入60万元，为逸夫完小捐赠了爱心厨房设备，将学校厨房从烧柴做饭的原始方式改建成干净整洁、配备电气设备的现代化厨房，大大提高了工作效率，做出来的饭菜也更美味可口。伊利作为学生饮用奶供应商，还为孩子送去了鸡蛋、牛奶等营养食品。

项目评估调研结果显示，爱加餐项目有效改善了受助儿童的营养状况和发育状况，减少了儿童的营养不良率和贫血率，提高了他们的一般健康状况，对学生家庭膳食模式的改善也起到了辐射作用。

4.2 环境保护

伊利一直投入大量人力及财力支持环境保护，于2016年7月与世界自然基金会(WWF)建立专项保护项目，捐赠115万元，协助WWF对吉林松原地区进行新型农业改造，坚持经济效益与生态保护并重，在保证农业产出的基础上减少耗水量和农药化肥的使用，将水源利用率提高73%，有效维持了地下水位，避免湿地草原的进一步退化，保护了吉林省西部的草原生态系统，也间接减轻了稀缺的阿鲁科尔沁草原的生态压力，从而对该区域的生态环境做出了贡献。

2016年12月，联合国《生物多样性公约》第十三次缔约国大会在墨西哥坎昆隆重召开，在会议期间举办的“企业与生物多样性全球伙伴关系”的签约仪式上，伊利作为中国乳业的龙头企业，携旗下高端液态奶品牌金典，以中国企业唯一代表的身份出席仪式，并顺利签署2016联合国《生物多样性公约》(CBD)、《企业与生物多样性坎昆承诺书》，成为了唯一一家签署该承诺书的中国企业，在联合国的舞台上展示伊利与金典对生物多样性保护和可持续利用所作出的承诺、担当和努力。



对于整个国家来说，
一个孩子可能是十几亿分之一；
对于一所学校来说，
一个孩子可能是几百或
几千分之一；
但对于一个家庭来说，
一个孩子就是百分之百，
守护孩子安全成长，
不要让偶然成为必然。
通过伊利方舟的集中培训、
观摩学习和研讨交流，
特别是通过校园安全“全息图”评估、
儿童安全“生态校”
建设方案设计，
让我们提高了安全意识，
明确了工作方向。”

——陕西蓝田县北关小学校长 汪丽

4.3 青少年教育

在青少年教育方面，伊利集团于2012年联合中国西部人才开发基金会发起关注儿童成长安全的公益项目——“伊利方舟”，致力于打造儿童安全公益行动平台，让更多人关注并参与其中，共同保护儿童安全成长。四年来，伊利方舟的航迹已走过全国25个省市地区，开展了70余场儿童安全专项培训，涵盖防拐防走失、交通安全、日常生活安全等近20个主题，直接让20余万孩子、老师、家长受益。同时，伊利方舟还致力于改善贫困地区的教育资源，4年来持续为云南、内蒙古、陕西、贵州等多个贫困地区的学校捐赠教育物资和安全教育活动资金，累计投入1000万元。

2016年，在提高全民儿童安全意识的基础上，伊利方舟以“教会孩子自我保护”为重点，用尊重和专业的态度，针对儿童

安全公益行动展开“两个强化”工作。

一方面，强化校园儿童安全公益行动内容，联手贵州、湖北、陕西、云南、内蒙古等中西部5省市地区43所学校，共同展开“儿童安全生态校”建设公益行动，打造“校园儿童安全工作评估全息图”，提高全国儿童安全工作的校际交流的广度和深度。

另一方面，强化社会儿童安全公益行动同盟，伊利方舟积极联合腾讯公益、凤凰公益、传梦公益基金、女童保护基金、中国西部人才开发基金会等众多公益组织和法律专家、教育工作者、名人明星、产业链伙伴等相关爱心人士，纷纷为“儿童成长安全”现身说法，传播儿童安全意识、交流儿童安全知识、探寻儿童安全办法，同时还拍摄了儿童安全主题微电影，提高儿童安全公益行动力度。



“伊利方舟”走进内蒙古鄂伦春自治旗

4.4 就业帮扶

积极带动当地就业

伊利集团不仅关注经济效益，更强调社会责任。就业是民生之本，为社会创造更多的就业机会便是履行社会责任最好的一个方式。伊利积极响应国家政府“就业帮扶”的号召，参与乳业相关招商引资项目，融入地方经济社会的发展大局，为当地提供大量的就业机会。

伊利集团在当地建厂后积极利用本土招聘渠道，并通过与所在城镇、县城的劳务市场、人力资源市场合作，有力地带动起当地的就业；另一方面主动参与东北、西北各大地区招聘会，面试各类人才，大大转移北部地区周边及陕西、甘肃等贫困偏远地区的剩余劳动力，增加当地居民的收入。



弱势群体就业

伊利集团始终坚持人岗匹配、德才兼备、以德为先的用人理念和公平、公正、公开的招聘原则，不因年龄、性别、民族、婚姻状况、身体状况等差异区别对待求职者或员工，关爱社会弱势群体，提供平等就业机会。公开、透明的企业用人氛围，充分调动了员工的积极性、主动性和忠诚度。

乳业是宁夏农业五大战略性主导产业之一。伊利已在当地累计投资近9亿元，是“优化宁夏地区乳制品产业布局、提升产品结构”的重要招商引资项目，同时拉动了整个产业链条中每一个相关产业的规模化、规范化发展也创造出了更多的就业岗位。

4.5 灾害援助

为了高效地应对自然灾害的突发，伊利集团建立了企业社会责任内外应急预案系统，联动企业内外部体系和资源，确保集团可以迅速有效地作出应急反应。在各种灾害发生后，伊利将率先冲在救灾赈灾队伍的最前列，坚定地履行企业社会责任，积极地回报社会，为整体社会带来高效的援助。

伊利集团在汶川地震、玉树地震、西南旱灾、雅安地震、余姚水灾、鲁甸地震、景谷地震、康定地震等大型自然灾害后，都第一时间启动自然灾害应急机制，除了为灾区提供资金援助外，也积极地响应灾民需求，提供大量的物资，援助灾区及灾民。

大学生就业

随着高校扩招，毕业生数量逐年增多，大学生面临着严峻的就业形势，已成为全社会普遍关注的热点。针对大学生就业难的问题，伊利通过多渠道积极推进大学生就业实习工作，与周边院校开展校企合作，建立就业培训实习基地，大大提高大学生就业能力。

为了有效地引进并支持新员工融入伊利集团，伊利集团与甘肃农业大学、内蒙古农业大学、酒泉职业技术学院联合开展校企合作项目，帮助学生能够更早地接触企业，为学生顺利完成校园人到企业人的转变奠定基础，通过单位内部技术服务专家的专业授课、人力资源专家的职业化引导、搭建校园俱乐部及引入实习生参与职场体验等具体项目，每年为大学生设立近千个实习岗位并安排相应的职场导师。



伊利集团建立就业实习基地，通过校企合作提高大学生就业能力

2016年，公司在福建尼伯特风灾、江苏盐城风灾、湖北武汉水灾等灾害发生时第一时间进行援助，共捐赠产品及物资金额共76万元。



4.6 志愿者活动

+
3165人

伊利集团 2007 年 -2016 年
总计献血人数 3165 人，
献血量 2181700ml。

+
623次

志愿者活动
2016 年活动总数 623 次；
共计参与 3 万人次。

伊利集团成立了 2 个志愿者服务组织，分别为“伊利集团青年义务献血志愿者服务队”、“伊利集团青年志愿者服务队”。

“伊利集团青年义务献血志愿者服务队”成立于 2007 年，是内蒙古自治区首支企业义务献血服务队，每年 1 月份为解决春节“血荒”集中组织献血活动。通过公司强有力的宣传网络，使全员深层次地了解献血的相关知识，对无偿献血有了正确的认识，破除了“献血有碍健康”的陈旧观念，树立了“无偿献血无尚光荣，科学献血有益健康”的新观念，在全集团形成了良好的无偿献血氛围。

自 2007 年至今，伊利集团全国累计献血量达 2181700ml，累计献血 3165 人次，共有 216 名职工累计献血 2000ml 及以上，并由国家卫生部、中国红十字会总会、总后勤部卫生部联合授予“全国无偿献血促进奖特别奖”称号，成为全国唯一一家获此荣誉的乳品企业。

“伊利集团青年志愿者服务队”组织员工开展各类具有品牌特色的主题志愿者活动，2016 年开展了“送光明下乡”、“送健康下乡”、“爱心支教”、春节“送温暖”、“雷锋活动月”、“关爱孤寡老人”、“助力青春飞扬”等系列活动。

2016 年 3 月，伊利集团团委联合呼和浩特市共同举办了“学习雷锋精神·打造爱心互动”专项活动。本次志愿者活动共涉及青年志愿者 115 人，是伊利集团团委落实团市委关于打造志愿青城主题活动月的具体举措，也是伊利集团 2016 年首场志愿服务活动，活动共免费发放衣物、玩具、学习用品共 800 余件，均来自伊利集团内部及驻呼各高校的大学生的捐助。

学雷锋活动月期间，志愿者队伍一行 20 余人来到栽生小学，开展爱心捐赠及天使支教活动。栽生小学位于呼和浩特市土默特左旗栽生村，学校共有学生 300 余名，教师 28 名。因为学校教学条件相对落后，体育设施较少，伊利志愿者们为学生准备了篮球、足球、跳绳、毽球等运动器材，同时带去了学生奶粉、奶茶粉、QQ 星儿童成长牛奶等伊利产品，进行爱心捐赠。

FUTURE OUTLOOK

未来展望



国内乳制品行业已经开始进入低速稳定增长阶段，逐渐由规模增长向品质升级转变。健康、高品质的产品更加符合消费升级的方向，是乳企持续成长的核心竞争力。此外，随着全球经济分化发展和“一带一路”建设的推进，全球乳业产业链上的优质资源将加速流动、整合，中国本土乳企更大范围、更深层次、更高水平地国际化成为必然趋势。在此背景下，为实现“成为全球最值得信赖的健康食品提供者”的企业愿景，伊利集团在 2017 年将继续以“健康中国”为社会责任核心，提升整体可持续发展能力。

在社会责任管理方面，伊利集团将继续完善社会责任内涵，积极响应国家方针政策，结合国际热点议题，发挥企业优势资源，深化现有责任领域，探索潜在履责方向。伊利还将加强责任治理机制，以社会责任为核心，凝聚集团各部门力量，将社会责任进一步融入集团战略，使履责过程与集团发展有机结合，助力伊利成为最值得信赖的健康食品提供者。此外，伊利将持续与利益相关方深入沟通，不断更新各方关注的重点议题，及时调整履责内容并披露相关信息。

在稳健经营方面，伊利集团将继续严守“质量”和“责任”两个根本，用“创新”和“国际化”两个轮子驱动企业发展，围绕着两个轮子和两个根本，伊利将进一步深化全球织网布局，利用全球优势资源反哺创新品牌本身，让伊利品牌与国际接轨，使伊利在乳制品行业生存压力加剧的情况下，顺应市场发展，获得更多消费者的认可，持续实现增长态势。

在服务消费者层面，伊利集团将持续关注质量领先管理体系，推动各单位质量管理要求的落地，不断完善国际领先食品安全风险防控和产品质量管控体系，严格执行质量管理标准。同时伊利将持续加强乳品基础研究、特殊膳食产品开发等领域的研究，拓宽产品研发领域；利用伊利欧洲研发中心，与全球顶尖科研院所、研究机构合作，不断推动企业再创新能力，为推出优质产品提供技术保障，并完善消费者研究机制，把握和洞察消费者潜在需求并驱动企业实现创新，为消费者提供最优质的产品和服务。

在引领行业发展层面，伊利集团将继续发挥领军企业作用，整合优化供应商、经销商资源，开展绩效评估、促进能力提升、发展战略合作。同时伊利将持续帮助社会牧场提升管理能力，重点从标准化、规模化、集约化、信息化四个方面进行打造，加大普惠金融范围和力度，为合作伙伴量身订制更实用金融产品，制定出台社会牧场奶牛养殖环保治理方案，实现现代可持续生产，帮助奶农在经济和生态方面双脱贫。针对绿色生产，伊利将持续开展全集团“温室气体排查”工作，努力做好节能减排，积极为碳交易做准备；全面推广运行环境管理体系，嵌入全生命周期环保理念，提高环保管理能力。

社会责任有起点，没有终点。2017 年，社会责任将始终伴随伊利，我们会坚持以消费者为核心，与伙伴共享发展成果，回报社会，为达成健康中国的长远目标不断努力。

KEY PERFORMANCE TABLE

关键绩效表

指标	单位	2014年	2015年	2016年
经济绩效				
营业总收入	万元	5443643	6035987	6060922
净利润	万元	416654	465443	566904
纳税额	万元	2739842	3654510	3818239
净资产收益率	%	23.66	23.87	26.58
资产负债率	%	52.34	49.17	40.82
经济合同履约率	%	100	100	100
研发总投入	万元	6955.87	8026.17	17196.22
消费者研究与产品研发人员	位	1243	1290	1341
专利授权量	件	166	102	139
发明专利授权量	件	33	39	48
实用新型授权量	件	77	23	39
社会绩效				
信息安全事故	次	0	0	0
产品检测投入	亿元	2.66	2.85	2.9
产品检测覆盖率	%	100	100	100
产品召回比例	%	0	0	0
消费者投诉解决率	%	100	100	100
消费者满意度	%	98.5	99.8	99.8
开放工厂参观	万人次	100.2	119.7	135
与合作供应商签订《阳光协议》比例	%	100	100	100
规模化牧场占比	%	70	80.9	100
本年累计支持客户数量	户	86	430	1621
本年累计融资金额	亿元	0.9189	10.53	44
融资笔数	笔	86	965	5064
户均融资金额	万元	107	245	274
本年累计支持客户数（合作牧场）	户	85	203	488
本年累计融资金额（合作牧场）	亿元	0.8949	2.5	10.14
本年累计支持客户数（供应商）	户	-	56	211
本年累计融资金额（供应商）	亿元	-	3.5	18.36
本年累计支持客户数（经销商）	户	1	171	922

指标	单位	2014年	2015年	2016年
本年累计融资金额（经销商）	亿元	0.024	4.5	15.92
吸纳的就业人数	人	23667	21291	14567
员工总人数	人	59178	57971	54983
劳动合同签订率	%	100	100	100
员工性别比例	男:女	3:2	3:2	3:2
中高层管理比例	%	0.62	0.66	0.69
女性高管比例	%	21	21	21
员工年龄结构	30及以下/31-40/41-50/51及以上	20:15:7:1	30:20:8:1	31:23:9:1
员工流失率	%	26.80	23.87	14.53
体检及健康档案覆盖率	%	46.79	44.46	45.51
社会保险覆盖率	%	100	100	100
培训总人数	人	6251	7607	15000
培训总小时数	小时	1756	2256	3144
人均培训小时数	小时	19.75	17.76	34.17
员工培训总投入	万元	386.95	649.09	947.42
安全生产投入	万元	8000	10000	20000
因公受伤人数	人	12	14	19
安全检查次数	次	6	5	6
捐赠支出	万元	2278	1638	801.74
员工志愿者活动次数	次	535	667	623
员工志愿者活动人次	万人次	2.5	2.8	3
环境绩效				
环保总投入	万元	12100	20000	16000
温室气体减排量	万吨	6.84	15.37	2.12
节水量	万吨	782.4	1043.2	1460.48
单吨产品节水量	吨	1.21	1.47	1.99
COD 降解量	吨	3.29	3.30	4.62
单吨产品 COD 减排量	千克	0.03	0.06	2
颗粒物减排比例	%		60	84
SO2 减排比例	%		56	98
NOx 减排比例	%		23	10
严重泄漏的次数	次	0	0	0

REPORT INDEX

报告索引

(GRI-G4 及社科院 CAS3.0)

目录	中国社会科学院《食品行业社会责任报告编写指南 3.0》	页码
关于本报告	P1.1-1.4	P1
董事长致辞	P3.1,P3.2,P5.1	P2-3
企业概况	P4.4-P4.4,P4.6	P6-7
荣誉之路	P5.3	P10-11
公司管理	M1.1	P12
保护投资者权益	M1.1,M1.2	P13
社会责任内涵	G1.1	P14-15
管理机制	G2.1,G2.3,G2.4,G2.5	P15
实质性议题分析	P2.2,G1.3	P16
利益相关方沟通	G2.2,G5.1-G5.3,G5.5	P17
为世界提供最优品质的产品和服务	悉心保障食品安全 M2.1-M2.6,M3.3,S2.5 创新性产品种类 M2.13,M2.14 提升消费者满意度 M2.15,M3.1,M3.4,M3.5,M3.6 合规管理 M3.2,M4.2,M4.3,S1.1-S1.3 带动地方经济发展 S4.2,S4.4	P18-25 P26-29 P30-33 P34-37 P38-39
引领全球行业发展	全产业链携手共进 G3.2,M4.1,M4.5-M4.7 创造共享价值 S4.10,S4.11 构建绿色产业链 E1.1-E1.5,E2.1-E2.7,E2.10,E3.2,E3.3 助力员工发展与幸福 P4.5,S2.1,S2.3,S2.6,S2.8-S2.10,S2.12,S1.13, S2.15-S2.23,S3.1-S3.5	P40-45 P46-51 P52-55 P56-61
倡导人类健康生活方式	营养健康基础科研 M2.7-M2.11 推广健康生活方式 M2.17 宣传与健康知识普及 M2.16,M2.17,M2.18,S4.9	P62-67 P68-69 P70-71
善尽社会责任	营养与健康 S1.5,S4.5,S4.6 环境保护 S4.5,E1.6 青少年教育 S4.5 就业帮扶 S4.5 灾害援助 S4.5 志愿者活动 S4.7,S4.8	P72-75 P76 P76-77 P78-79 P78-79 P80
未来展望	G1.4,A1	P81
关键绩效表	P5.2,M1.3-M1.5,M4.4,S1.4,S1.6	P82-83
报告索引	A3	P84-85
读者反馈	P1.5,A4	P86

目录	全球报告倡议组织 GRIG4.0	页码
关于本报告	G4-17, G4-18, G4-20, G4-22, G4-28, G4-30	P1
董事长致辞	G4-1, G4-2	P2-3
企业概况	G4-3-G4-9, G4-12	P6-7
荣誉之路	G4-9	P10-11
公司管理	G4-26	P12
保护投资者权益	G4-26	P13
社会责任内涵	G4-34	P14-15
管理机制	G4-34-G4-36	P15
实质性议题分析	G4-19	P16
利益相关方沟通	G4-24-G4-27	P17
为世界提供最优品质的产品和服务	悉心保障食品安全 G4-14,G4-PR1 创新性产品种类 G4-PR1 提升消费者满意度 G4-PR5 合规管理 G4-56-G4-58, G4-SO4, G4-PR8, G4-PR9 带动地方经济发展 G4-EC7, G4-EC8	P18-25 P26-29 P30-33 P34-37 P38-39
引领全球行业发展	全产业链携手共进 G4-EN32, G4-LA14 创造共享价值 G4-EC7, G4-EC8 构建绿色产业链 G4-14, G4-EN8, G4-EN10, G4-EN11, G4-EN21, G4-EN28, G4-EN29, G4-EN30, G4-EN31 助力员工发展与幸福 G4-10, G4-11, G4-EC3, G4-LA1, G4-LA4, G4-LA6, G4-LA8, G4-LA9, G4-LA10, G4-LA12, G4-LA13, G4-HR5, G4-HR6	P40-45 P46-51 P52-55 P56-61
倡导人类健康生活方式	营养健康基础科研 G4-PR1 推广健康生活方式 G4-PR1 宣传与健康知识普及 G4-PR3	P62-67 P68-69 P70-71
善尽社会责任	营养与健康 G4-PR1 环境保护 G4-EN12 青少年教育 P76-77 就业帮扶 G4-EC7, G4-EC8 志愿者活动 P80	P72-75 P76 P76-77 P78-79 P80
未来展望		P81
关键绩效表	G4-EC1, G4-EN6, G4-EN7, G4-EN19,	P82-83
上市公司 2016 年精准扶贫工作情况统计表	G4-EC7, G4-EC8	P84-85
报告索引	G4-32	P84-85
读者反馈	G4-31	P86

READER FEEDBACK

读者反馈

尊敬的读者：

感谢您阅读《内蒙古伊利实业集团股份有限公司 2016 年度社会责任报告》。如您在报告阅读过程中，有任何意见或建议，请不吝指正，以帮助我们在今后进一步提升企业社会责任管理工作。

针对下列问题，请您按 1 分至 5 分进行评分（1 为最低分，5 为最高分）

1. 您对伊利集团企业社会责任报告的总体评价
2. 您认为本报告能否反映伊利集团对经济、社会、环境的重大影响
3. 您对本报告中信息披露程度的总体评价
4. 您对本报告中文字描述质量的整体评价
5. 您对本报告的版式与设计的总体评价

请您在此提出其他意见与建议：

您的联系资料

姓名： 工作单位：

电话： 电子邮件：

您可以将上述反馈表发送至 CSR@yili.com，也可以传真至 010-58640545。
我们将充分考虑您的意见与建议，并承诺妥善保护您的上述信息不被第三方获取。