



2012

光明乳业股份有限公司

2012年度履行社会责任的报告

**Corporate Social
Responsibility Report**



目录/Contents

报告说明	2
序言	3
管理层致辞	4
关于我们	5
公司概况	5
公司治理	5
理念与目标	6
社会责任观	6
发展责任：稳中求进 创新突破	8
业绩稳中求进	8
食品安全责任：疗伤去疾 加强管控	11
相关方责任：携手相伴 实现多赢	13
股东：稳健发展 价值回报	13
客户：用心服务 真诚永远	15
供应商：公开公平 共赢互进	19
员工：以人为本 和谐发展	19
社区责任：传递爱心 报答社会	26
支持教育事业	26
社企联动工作	26
环境责任：绿色发展 和谐共处	27
能耗指标	27
环保核查	27
节能工作	29
硕果累累	31
展望2013	36

报告说明

● 重要提示

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

● 报告时间范围

2012年1月1日至2012年12月31日，部分内容超出上述时间范围

● 报告发布周期

本报告为年度报告

● 报告发布日期

2013年3月26日

● 报告组织范围

光明乳业股份有限公司及下属子公司

● 报告采用称谓

报告中采用的“光明乳业”、“光明”、“公司”、“我们”均指光明乳业股份有限公司

● 报告编制依据

本报告的撰写参照了全球报告倡议组织GRI的《可持续发展报告指南》(2006版)、中国社科院发布《中国企业社会责任报告编制指南》和上海证券交易所的《上市公司内控报告和社会责任报告的编制和审议指引》

● 此前报告发布情况

《光明乳业股份有限公司2008年度履行社会责任的报告》2009年3月31日

《光明乳业股份有限公司2009年度履行社会责任的报告》2010年3月19日

《光明乳业股份有限公司2010年度履行社会责任的报告》2011年3月29日

《光明乳业股份有限公司2011年度履行社会责任的报告》2012年3月27日

● 报告数据来源

光明乳业股份有限公司及下属子公司

● 报告获取渠道

本报告以电子版形式发布，可在上海证券交易所网站查阅获取

● 阅读反馈机制

若您在阅读过程中有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们

联系人：朱建毅 沈小燕 沙兵

地址：上海市吴中路578号公司董事会秘书办公室

邮编：201103

电话：021-54584520-5506

传真：021-64013337

电子邮箱：600597@brightdairy.com

丨 序言 丨

光明乳业作为国内三大乳企巨头之一，一直坚持“好心才能出好奶”，以高度的社会责任感为国民提供放心优质的乳品。然而，2012年公司食品安全遭逢“连阴雨”，遭遇了前所未有的信任危机。面对困境，我们直迎挑战，通过严格质量标准、品牌维护等方式，带领全体光明人齐心协力修复企业形象。公司认真贯彻落实光明食品集团关于食品安全管理的各项工作部署，全面提升全员食品安全意识，以高度责任心和危机感，脚踏实地如履薄冰，将食品质量安全牢牢贯穿在每一位员工、每一个部门、每一天的工作中。

与此同时，我们做好企业应该履行的社会责任：业绩增长，与股东分享企业发展带来的价值；以人为本，实现员工全面发展；品类创新，为客户带来舌尖上的享受；公益事业，促进社会和谐发展；保护环境，以绿色引领行业发展……

本报告是光明乳业上市后主动披露的第五份《光明乳业股份有限公司履行社会责任的报告》，报告全面详细地从经营发展、食品安全、利益相关方责任、回馈社会、环境保护等方面阐述了公司的社会责任观，并详细披露了光明乳业在2012年度面临的困境、主动承担和履行的各项社会责任。通过本报告，希望能帮助广大投资者了解光明乳业作为乳制品企业对社会责任的深入实践。



管理层致辞

2012年是我国经济转型的关键期，注定是不平凡的一年，充满艰辛挑战的一年。近年来通过不断的整顿和规范，乳品行业总体发展态势向好，行业整体素质不断提升。在充分竞争的乳制品行业，国内乳企唯有不断变革，才能求得发展。

2012年，亦是光明乳业三年战略规划收官之年。三年弹指一挥间，回顾光明乳业战略发展之路，从“聚焦乳业、发展新鲜、突破常温、出击奶粉”，到“聚焦乳业、领先新鲜、做强常温、突破奶粉”，公司在各方面都取得了稳健的发展，并如期实现了既定的战略目标。

2012年尽管经济形势不尽如人意，但光明乳业依然跨出了企业发展的关键步伐。年内，我们在羸弱的资本市场环境下，顺利实施再融资项目，成功融资14.2亿元，为公司的可持续发展奠定了重要基础。同时，面对下半年持续爆发的质量信任危机，我们逆境下直迎挑战，通过内部整改、加强内部监控、严格执行质量标准等方式，带领全体光明人咬紧牙关，齐心协力维护并不断修复企业品牌形象。

2013年，第三次战略升级的时机已然成熟，企业形象及品牌形象均“锁定高端”。需要强调的是，“锁定高端”并不代表中端市场的放弃，我们知道，经济性的中端市场仍然需要其完美的品质作为保障，企业需要找到平衡点去发展新的目标，稳固原有优势，这才是企业发展之道。

公司坚持观念创新、工作创新、制度创新，2012年度公司的销售收入再创新高，经营指标稳步增长，职工收入同步增长，有力地保障了股东、员工、消费者等利益相关方的权益。

在企业做强做大的同时，我们不忘作为社会公民应尽的责任，回馈社会，一直致力于慈善和公益事业的发展：资助贫困儿童、支持教育事业、关注社区和公众，为需要帮助的人雪中送炭……

2013年，无论外部环境如何变化，对于立志“三至五年成就中国乳业高端品牌引领者”的光明乳业来说，将一如既往的勇担责任，创新进取、追求卓越，为全面完成新三年战略规划的各项任务目标而奋斗！

董事长： 

总经理： 

| 关于我们 |

■ 公司概况

光明乳业股份有限公司是国资控股的产权多元化的股份制上市公司，主要从事乳和乳制品的开发、生产和销售，奶牛和公牛的饲养、培育，物流配送，营养保健食品的开发、生产和销售。公司拥有世界一流的乳品研发中心、乳品加工设备以及先进的乳品加工工艺，形成了消毒奶、保鲜奶、酸奶、超高温灭菌奶、奶粉、黄油干酪、果汁饮料等系列产品，是目前国内最大规模的乳制品生产、销售企业之一。

作为国家级农业产业化重点龙头企业，光明乳业长期以来秉承“创新生活、共享健康”的企业使命，始终以领先变革的首创精神，锐意进取、不断创新，在打造中国新鲜乳品第一品牌的事业中取得了一定的成绩。2012年，在《环球企业家》主办的“2011-2012中国最佳表现公司”评选中，光明从众多品牌中脱颖而出，荣登“2011-2012年中国最佳表现公司”50强；在中国轻工业百强企业发布暨提升国际竞争高峰论坛上，光明乳业以优异成绩荣获“中国轻工业百强企业”称号……

光明品牌已经走过60多年的发展历程。为消费者提供安全、新鲜、营养、健康的乳制品是全体光明人的责任和追求。目前，光明品牌的新鲜牛奶、新鲜酸奶、新鲜奶酪的市场份额均位居全国首位。2012年，经历了几次危机的磨炼和洗礼，我们懂得了从错误中吸取教训，从经验中稳健成长。2012年，在全体员工的奋力拼搏之下，公司实现了业绩的稳健增长，全年销售收入和净利润创历史新高，行业地位和竞争实力得以巩固和提升。

光明品牌发展历程

60 多年

■ 公司治理

公司严格执行《公司法》、《证券法》和中国证监会等监管机构有关法规和规章的要求，严格执行公司章程的规定，不断完善法人治理结构、规范公司运作。

为维护公司、股东和债权人的合法权益，规范公司的组织和行为，公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》和相关法律法规的要求，制定了公司章程、股东大会、董事会、监事会及各专门委员会和经理层的议事规则、工作制度等基本管理制度，形成健全、完备的规章制度体系，明确股东大会、董事会、监事会、经理层的职责和权限，形成了各司其责、协调运转、有效制衡、独立运作的法人治理架构，并成为上海证券交易所上证公司治理板块样本公司之一。

■ 理念与目标

企业使命：创新生活，共享健康

企业价值观：超越自己、追求卓越；贡献社会，成就自我；诚信正直，热忱宽容

企业目标：跻身于世界乳业十强

■ 社会责任观

光明的社会责任观以“尊重”为先，坚信“尊重”会赢得信赖，也会创造价值，矢志不渝的做到尊重消费者以及尊重消费者对乳品的需求和要求，用良心做好奶，用精准化管理打造高品质牛奶。同时，我们以“诚信”为核心理念，“诚信”是企业社会责任观的灵魂，是任何企业的安身立命之本。

光明乳业的真正愿景就是成为一家“履行全面社会责任的优秀企业公民。”对于光明而言，全面社会责任并不限于感动之际的捐款捐物，它还包括长期对消费者、员工、股东、社区、政府和环境所应承担的经济责任和社会责任，可分为两个主要层面：第一层面是最基本的法律和制度要求的强制社会责任，如依法纳税、安全生产、环境保护、产品质量、售后服务等；第二层面是道德和价值观要求的自发社会责任。光明的选择是，确保企业全面社会责任的第一层面，努力进取到第二层面，即道德和价值观要求的自发社会责任，它包括更高的环境保护要求，更高的质量标准，慈善事业等等。



新鲜我的生活

长寿村的神奇秘密 莫斯利安

Свърхестествена тайна населото на дълголетните, Момчиловци!



保加利亚玫瑰皇后
Тергана Улянова Пюдрова

光明莫斯利安酸牛奶

保加利亚著名长寿村莫斯利安 (momchilovtsi)

这个位于罗德比山脉，神秘、美丽，与诺贝尔奖获得者梅契尼科夫有着难解之缘的村庄，蕴藏着神奇的秘密——当地人的健康与长期饮用自酿酸奶有着密切关系。

现在，光明沿着梅契尼科夫的脚步，探寻至莫斯利安，将当地自酿酸奶中的活性菌种引入中国，酿成了地道的“莫斯利安酸奶”。



莫斯利安原产
益生菌种发酵



发展责任：稳中求进 创新突破

2012年，由于乳制品质量安全事件屡屡发生，中国乳业在考验与磨砺中蹒跚前行。同时，国外优秀乳制品企业进军中国，也给中国乳企带来了挑战。面对行业寒流，公司通过不断变革创新，取得了稳步发展。

■ 业绩稳中求进

根据《食品工业“十二五”发展规划》，“十二五”期间，中国奶业将跨越5000万吨台阶。在这机遇广阔的市场里，以新鲜和营养为特征的巴氏鲜奶将逐渐引领中国乳品消费潮流。光明乳业作为以“新鲜见长”的龙头企业之一，必将为推动中国奶业的发展起到举足轻重的作用。

2012年，在公司董事会的领导下，在经营班子的带领下，光明乳业跨出了企业发展的关键步伐：实现上市以来第一次融资，并在整体环境低迷背景下，公司以高于发行底价优异成绩成功完成非公开发行任务，凸显公司的内在投资价值；业绩方面，公司完成年初制定的136.51亿元的市场销售目标，并保持着稳步增长的势头。

公司完成年初制定市场销售目标

136.51 亿元

奋起直追—创新突破

公司认识到自身在常温领域的短板而奋起直追，然而我们并不是一味的追随，而是在追赶中创新突破。国内首款常温酸奶—莫斯利安，是我们引以为傲的创新，也是我们向“做强常温”的发展战略目标迈进的重要一步。仅仅3年时间，该产品成功带领公司常温奶事业部扭亏为盈。

在新鲜领域，我们固守既有优势，逐渐拉大与竞争对手的距离。2012年，光明乳业研究院强化品类创新能力，适时推出“如实”为代表的新产品，首创国内天然、纯净、健康的概念，缔造中国乳业新品类。如实崭新的形象一上市便成为市场上耀眼的明星，为光明品牌带来良好的美誉度和有责任心的社会形象。

培儿贝瑞的推出，公司成功打入高端婴儿奶粉市场，丰富了我们公司的奶粉产品结构，力争为消费者提供多层次的放心满意产品。

科研成果：

2012年，光明乳业研究院主持各项科技项目30项，累计申请发明专利总量170多项、授权49项，授权或获得授权通知发明专利达到24项。

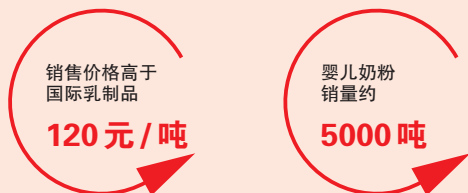


品牌定位—锁定高端

在光明大品牌原则下，公司树立“创新+坚持”两个关键点，以总裁项目、六大战役等营销战术，确保以重点产品锁定品牌定位：“五朵金花”、“纯净三英”等高端明星产品搭配有效的市场投放，深入塑造“高端”企业形象。

海外布局—实现突破

2012年，公司控股的新西兰新莱特公司在董事会的严格指导和管理层的不懈努力下，产销两旺，工业品（全脂、脱脂及无水黄油）销售价格高于国际乳制品拍卖平台120元/吨；婴儿奶粉（包括罐装及基粉）销量达到约5,000吨，初步打开了中国婴儿奶粉市场，并与亚洲其他国家婴儿奶粉商建立了联系；该企业荣获新西兰坎特伯雷地区商业雇主委员会评选的国际企业优胜奖，还获得了Selwyn地区农业企业冠军奖。





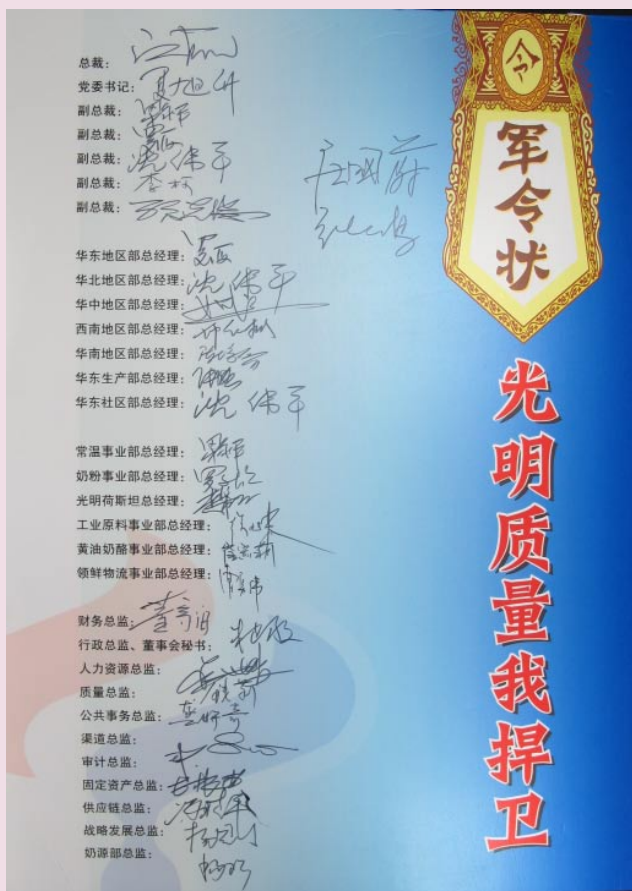
食品安全责任：疗伤去疾 加强管控

“质量是企业生命”，然而，2012年公司在产品质量方面屡出事故，暴露了公司在质量管控方面存在的问题。接连发生的质量事件不但让消费者信心一度跌落谷底，同时公司的品牌形象遭遇了前所未有的损失。

公司领导对质量事件高度重视。危急时刻迅速反应，在最短时间内查明原因，及时给予市场回复，尽最大努力消除疑虑；同时，针对公司因内部管理而引起的质量事件，公司向社会各界公开致歉，并表明整改决心。

对内，郭本恒总裁要求全体光明人直面问题，重振和奋起，携手并肩，“奋起光明”。公司启动“全员食品安全普及和责任感提升”培训及“食品质量我捍卫”的大讨论活动，通过加强警示教育，全面提升光明全员食品安全知识、责任意识和危机意识；在2012年半年会上，公司核心领导层签署了“光明质量我捍卫”的军令状，誓从全产业链严把食品安全关。

为落实事件声明，切实履行企业社会责任，增强消费者对光明产品的信心，公司不但对负有直接责任、间接责任的相关领导给予经济处罚，同时在公司上下实施全面整改措施：



公司签订食品安全军令状

- ◆ 从内部管控入手。公司成立食品安全办公室，由总裁助理直接管理，将原本分散的质量条线资源整合，成为食品安全管理的常设机构。食品安全办公室以“扎扎实实，有序整改”为原则，已实施“瓶装保鲜奶生产整改”项目、“冷链流程标准整改”等11项整改项目，从原料到生产、工艺、设备、产品、运输、客服，形成光明乳业全方位的食品安全保障体系。
- ◆ 实施全程责任人制度、体系安全排除和改善制度，以及一把手奖惩和考核制度确保措施实施。
- ◆ 探索建立食品安全内部审核和管理评审评价标准体系，促进食品安全基础管理和应急管理整体能力的建设。

质量事件的接连发生，属于数年来的偶发现象，公司已经在质量安全体系建设、过程控制、冷链管理等方面加强内部管控力度。同时，食品安全理念由“关注产品质量”升华为“关注整个产品供应链”。

在质量安全体系建设方面，公司通过了乳制品HACCP、GMP、ISO9001、ISO22000、ISO14001等体系的认证。在此基础上，公司还拥有先进的“牧场千分”、“工厂千分”为乳品制造保驾护航，乳品质量已经达到与国际接轨的标准。

此外，公司对管理标准进行完善，制定了《食品安全链管理手册》，加强对全过程的风险管理。管理手册覆盖奶源管理、研发环节、生产过程、物流环节、终端销售全过程的风险识别、风险应对及管理措施等。

与此同时，制定质量链环节检查标准。该标准覆盖奶源、生产过程、终端产品流通等各环节。在此基础上，再根据上一年度检查情况以及最新法律法规的要求，对“奶源质量审核标准”、“工厂质量审核标准”、“物流配送仓储检查表”、“商超检查表”、“社区冷链检查表”等进行了补充完善。

在质量过程控制方面，为防止由于质量链环节接口不畅等原因导致危机事件的发生，食品安全办公室每月组织沟通会，建立质量链月度沟通平台，对于月度质量链运作过程中存在的主要问题及潜在隐患进行沟通交流，落实整改措施并跟踪改进情况。工厂、物流、社区冷库等各环节加强交接过程的产品质量监控。

在生产过程控制方面，公司在2011年新建立了质量信息电子追溯系统，覆盖下属工厂的所有产品。经过近一年的建设，光明乳业下属各工厂质量信息电子追溯系统已于2012年年初正式上线运行。通过该系统可实现从原料到成品、再从成品到原料全过程各环节的双向可追溯，并可实现检验报表、生产报表的自动生成、查询功能。为了提高系统运行速度，2012年在原开发功能基础上增加了Excel表格导入功能、FOSS检测数据自动衔接功能、Web查询功能等，下阶段还将开发配料领用的条码自动扫描等功能，不断完善追溯系统，以满足消费者溯源的需求。

在冷链管理方面，2012年重点关注质量链末端——产品流通环节的管理，在黄梅高温天气，加强了冷链的检查。2012年共检查了上海、嘉兴、宁波、杭州、南京、天津、西安、泾阳、成都、北京、青岛、武汉、长沙、郑州、广州等各地各类型大、中、小商超及便利店共266家、社区奶站共135家、仓储物流共23家次，并对存在的问题及时落实了整改。

关于产品召回机制，公司制定了《产品召回程序》，并严格按程序要求执行。程序文件明确了质量管理部门、生产部门、物流、销售等相关部门的职责，并规定了产品召回从启动到结束整个过程的流程及负责部门，包括对召回产品的处置要求。

相关方责任：携手相伴 实现多赢

■ 股东：稳健发展 价值回报

1、分享价值收益

在全球经济不景气背景下，光明乳业依旧保持稳健步伐前行。2012年，公司实现销售收入137.75亿元，归属上市公司股东净利润3.11亿元，分别同比增长16.8%和30.9%。

良好的业绩和发展势头，离不开股东的大力支持。光明乳业在实现业绩稳步增长的同时，战略方针与时俱进，其“领先”的姿态让股东们放心，更让股东们充满信心。

此外，公司一直以来注重与股东分享成果。自上市以来，持续分红，给予股东长期价值回报。

光明乳业股份有限公司历年分红情况

年份	分配方案（含税）
2012年	每10股派发现金1.80元（预案）
2011年	每10股派发现金1.50元
2010年	每10股派发现金1.20元
2007年	每10股派发现金1.10元
2006年	每10股派发现金1.00元
2005年	每10股派发现金1.00元
2004年	每10股派发现金1.50元
2003年	每10股派发现金2.00元，并转增资本公积金6股
2002年	每10股派发现金1.00元

公司董事会通过2012年度分配预案为每股现金分红0.18元（税前）。

2、完善投资者关系管理

公司积极接待投资者的调研，包括各类机构投资者、券商、中小投资者的调研。公司对每次来调研的人员进行备案，对投资者提出的问题及公司的回答进行记录。对调研的投资者进行的信息披露不超过公开信息披露的范围。

2012年在公司实施非公开发行阶段，公司领导带领管理层亲自拜访各买方、卖方机构，加强与机构投资者的互动与沟通，并耐心听取机构投资者对公司发展提供的有效建议。在举办的机构投资者交流会，会议现场到达 100 多家机构投资者，充分展现投资者对光明乳业的投资热情和价值认可。

光明乳业2012年非公开发行投资者交流会 ▼



■ 客户：用心服务 真诚永远

用心为客户服务是我们一直以来的宗旨。我们坚持质量至上,坚持品类创新,积极建设售后服务体系,竭力为促进行业的健康发展做出贡献。

1、产品服务—客服真情服务你我

在光明看来,作为真心、用心为客户服务的企业不只是售出产品,产品的售出才是服务的开始。本着对消费者负责任的态度,我们不断完善客户服务系统。

与此同时,公司开通官方微博,专门处理微博上的投诉。通过建立微博舆情监控有效机制,制定评级标准,我们在应对投诉与负面的工作效率得到了明显提高。

我们在解决消费者投诉和困难所做的努力：

- ◆ 客服中心对顾客3次及3次以上来电的服务性投诉,座席员一方面在社区部的订奶管理系统(CRM系统)里记录,另一方面在重要性上做特别标识,以及时提示区、块相关人员尽快处理与解决。
- ◆ 客服中心对顾客2次及2次以上因同一问题的质量性投诉、座席员一方面在投诉管理系统(ZT系统)里做好记录和跟踪,另一方面据情与相关事业部投诉处理管理人员做好联系与沟通,以此来不断提升客户满意度。
- ◆ 对于突发批量质量事故的投诉,客服中心除及时按等比例增加座席员数量接听电话、确保投诉接听量的最高效率,同时协助售后处理部门全力做好与消费者的沟通与安抚工作,避免矛盾与负面影响的扩大。
- ◆ 对于接到工商、质检、媒体、公关部等部门的投诉,客服中心除在第一时间(2小时内)做好与相应区域和事业部的沟通和联系,协助做好投诉者相关信息的提供,同时在拿到售后服务处理意见后及时(48小时内)与工商、质检、媒体等部门沟通和汇报处理情况与结果,尽最大努力降低投诉影响。



中国南北极考察合作伙伴

纯净优+·0添加



中国南北极考察独家选用产品

2、产品创新—满足客户需求

对于始终坚持“追求卓越 奉献精品”的光明来说，满足更多消费者日益挑剔的眼光，是“精品”们肩负的责任。

针对喜欢尝试新鲜事物的消费者，公司专门打造了8款果粒酸奶新品，包括光明主品牌全新明星“缤纷三杰”香草籽酸奶、椰蓉酸奶、芒果果粒酸奶，以及畅优和1911两大副品牌的5款新品。公司还举办了华东首届“缤纷果粒节”，为8款果粒酸奶新品登峰助阵。



光明乳业新产品研讨会



光明乳业2012年嘉年华活动

事实上，光明乳业为消费者打造的具有突破性技术含量的新品不胜枚举：“五朵金花”、“纯净三英”、“缤纷三杰”，这一路上光明凭借自身的努力不断释放出新活力，也为光明品牌带来良好的美誉度。



3、奶箱清洁日—用心为用户服务

光明乳业华东社区部紧紧围绕“优质服务、把关爱送上门”的服务理念和创新思路，开展了“奶箱清洁日”活动，为广大用户清洁奶箱，真正做到用心为用户服务。

“奶箱清洁日”活动在上海8个区域、207个块和华东14个分公司、263个块已经坚持了三个年头，我们会一如既往的进行下去。光明乳业也将继续以自己的专业态度和技术服务于消费者。



■ 供应商：公开公平 共赢互进

公司非常重视和商业伙伴的合作交流，资源共享，实现双赢。特别是在重大项目工程和设备招标，产品原材料采购等方面，严格按照国家有关规定和公司操作流程执行，通过制定供应商目录、组建涉及各个职能部门的招标评议小组，通过规范的评定和公开招标的方式，给广大供应商伙伴以公平的竞争机会，以保证公司及供应商的合法权益，为创造稳定和谐的市场秩序做出自己的贡献。

我们的宗旨

- ◆ 确保采购物品符合国家相关法律法规要求
- ◆ 加强供应商管理，确保供应商的合法性
- ◆ 与供应商的积极合作

我们的行动

在供应商方面，我们从制度、采购过程、技术创新等方面不断帮助供应商提升社会责任能力建设。

为了确保采购物品符合国家相关法律法规要求，公司供应链部要求供应商每年提供2次具有公信力的第三方全性能检测报告，同时每批进口物料必须提供卫生证书原件。我们同步学习国家相关法律法规，及时新增或修改内容，并要求供应商配合完成，确保光明的产品符合要求。

为了加强供应商管理，确保寻找优秀的供应商，我们收集、归档能证明其企业合法性的证照：包括经年检有效的营业执照、组织机构代码证、税务登记证、生产许可证等；要求供应商签署承诺书，承诺其所提供的产品符合光明公司的质量要求、所涉及的业务符合国家相关法律法规要求。

供应商考核亦是公司与供应商相伴的特色。公司每年就供应商提供的产品质量、服务质量及价格等进行评审，如果其综合得分排在前列将得到公司下一年度主要业务量。通过该激励机制，大大提高供应商的积极性，确保产品质量。

■ 员工：以人为本 和谐发展

员工，是企业创造物质财富的第一要素。光明乳业多年来始终坚持以人为本、以和谐促发展。在党组织的正确带领下，公司把创建和谐劳动关系作为一种生产力，坚持让每一位员工共享企业发展成果，为每一位员工搭建实现个人价值的舞台，形成了“企业关心职工权益，职工心系企业发展”的长效和谐发展格局。

截至2012年12月31日，光明乳业母公司及主要子公司在职员工总数为3,675人，全部签订了劳动合同。



新鲜我的生活

无添加

纯净至真

只有牛奶和发酵菌种



光明
新鲜我的生活

Clean Label

如实™

Additive Free
无添加·发酵乳
—无食品添加剂—

原味
净含量:160g

1、关爱员工—最大化保障员工利益

2012年，公司工会结合民主管理实际，在促进企业发展，推进平等协商机制，维护职工合法权益，发挥桥梁纽带和凝聚人心作用方面做了大量工作，为和谐企业建设发挥了不可替代的作用。

● 薪酬福利—共享企业发展成果

与2011年相比，2012年公司在岗职工收入增长12.46%，一线员工增长17.36%，劳务派遣增长达到21.45%。考虑到工厂一线员工尤其是一些技术岗位薪资水平偏低，不利于人才引进和发展，公司特别对质量条线、机修条线等部分员工在年内予以第二次增资的机会，在年内进行两次工资普调，普调增幅一般都超过10%。

此外，员工在公司工作期间，按规定可分别享受法定假、事假、病假、产假、婚假、丧假、年休假等假期；公司按当地政府所规定的社会保险政策为员工缴纳养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险，按当地政府的规定为员工缴纳住房公积金。

● 职工代表大会—打造员工满意工程

一年一度的职工代表大会是公司开展民主管理的缩影，是光明乳业多年来以人为本、坚持以和谐发展理念的体现。每年年初，公司工会会收集员工关心的热点问题，通过座谈会、个别访谈等多样化的形式，把员工关心的热点综合分类归纳。同时，就这些职工关心的热点问题与行政方进行多次协商，达成共识。2012年，考虑到近年上海高温极端天气频繁，公司将职工的劳动高温福利费由400元增加到600元，增幅50%。在二届三次职代会上，我们还进行了“优秀产品欢乐送”、“光明宝宝新生送”两项关爱职工的措施。



2、职业发展与培训——提升队伍素质

公司对于人才培养非常重视，并形成了较完善的教育培训体系，帮助员工实现更广阔的职业发展空间。2012年，公司主要通过加强思想文化建设，完善学习制度，促进员工的全面发展。

● 打造三支人才队伍

公司把建立三支人才队伍作为人才队伍建设的基础。

一是全面加强企业经营管理人才队伍建设。“火箭计划”是针对公司高层领导干部的需求而设置的领导力培养计划。第一期火箭计划培养学员23人，17人已得到提升，占74%；2012年度第二期火箭计划培养学员23人，有6人得到提升，占26%。与此同时，各事业部还拥有个性化、有特色的“雄鹰计划”、“启明星”、“优才”计划，全年各事业部共有291人参加公司各类人才培养计划，81人得到提升，占27.8%。



光明乳业第二届火箭计划结业典礼

二是重点加强专业技术人才队伍建设。着眼于乳品企业的长远发展和人才的总体需求，以调整和优化人才结构为主线，重点做好关键岗位的专业技术人才的培训工作，加快人才成长步伐。

三是注重加强岗位技能人才队伍建设。努力培养造就一批真正懂技术、敢创新的技术工人。

1

加强企业经营管理
人才队伍建设

2

加强专业技术
人才队伍建设

3

加强岗位技能
人才队伍建设

● 内外部培训相结合

2012年公司组织常规类培训104次,覆盖全国各个事业部,参加人数达2,589人;对于新进公司员工,上海地区集中进行了2次为期4天共140多人参加的新员工培训。2012年光明学院与上海新兴职业技能培训学校合作,组织上海地区3家工厂422名农民工参加了安全生产培训,参加了上海市劳动和社会保障局统一考试。129名基层员工参加光明食品集团组织的2次为期3天的职工素质教育培训,并安排统一考试。

2012年11月底公司组织《意识 责任 执行——光明乳业全员食品安全普及与责任感提升》的全员培训,上海地区组织了10场700多人参与。上海以外地区由各部门自行组织,配合下发视频进行学习。



光明乳业员工培训

案例 ▶

拾金不昧光明人 传递正能量

2012年10月8日早晨,光明乳业送奶员范启庆范师傅在清晨送奶时捡到了客户杜小姐的汽车钥匙和房门钥匙各一把,他当即留条在车上寻找失主,在白天没等到失主联系的情况下,当天晚上通过询问小区保安找到了钥匙主人,并登门将遗失的物品当面归还失主。车内的现金和金饰等物品完好无损,杜小姐全家深受感动,并通过各种途径再三地向公司发来道谢,感谢光明乳业送奶员范启庆出色地完成了这样的一场“考试”,用凡人善举,坚守了光明人的责任和良心。



3、员工帮困—送温暖长效机制

公司工会高度重视和关心困难职工，把送温暖活动作为一项重要任务，深入基层，做到定时定额做好定向帮困，不定时不定额做好应急帮困，及时做好助学、助医、助难帮困。2012年度，公司爱心基金会修订了《爱心基金会管理实施办法》，提高帮困标准约30-40%，以更好地发挥帮困资金最大效能。同时，新增加五一劳动节的节日帮困送温暖，逐步完善公司的送温暖长效机制。

2012年，公司发放各类帮困慰问金34.17万元，帮助困难家庭405户；发放助学育才奖励2.42万元，资助困难家庭子女14人次。



4、文化活动—推进企业文化建设

为充分调动广大职工的积极性和创造性，不断丰富员工的业余文化生活，进一步把广大职工的智慧 and 力量凝聚到集团和企业的发展上来，2012年公司积极开展了春季运动会、“火热七月我来赛”等适合公司特点、形式多样的文体活动。

此外，我们还积极运用讲座形式，关注员工热点，满足其多元化的需求。“春季养生课堂”，专门为女职工讲授养生健康知识，并提供“关于您的体质调养方案”；理财讲座，帮助员工提升理财意识，掌握个人理财基本精神和方法，让员工们“乐享生活”。

2012年我们还为员工送上健康大礼，安排了每周两次的运动锻炼课程，周二下午是太极拳，周四下午是塑形体操。希望每个员工都能让自己的生活过得更有品味，更开心。





生产日期
本奶需在4℃以下保存



高品质鲜牛奶
奶源限定优倍生态奶牛社区

100%
HIGH QUALITY
FRESH MILK

净含量:950毫升



HIGH QUALITY FRESH MILK FROM
UBEST ECOLOGICAL RANGELAND

优倍生态奶牛社区

- 优倍生态奶牛社区是光明乳业倾力打造的现代化奶牛牧场，设施与规模均属世界领先。
- 它还在美丽的东海之滨，清新的空气，纯净的水源，每头奶牛拥有600多平方米的优越生活空间，生态绿化达到90%，是现代生态牧场的典范。
- 它拥有优质种群的进口荷斯坦奶牛，每头奶牛建有独特的身份识别系统，时刻跟踪身体状况，确保奶牛每天健康。
- 它拥有先进饲养技术，采用欧美先进TMR全日粮混合方法，让每头奶牛的饮食科学均衡，营养丰富，产出的牛奶中乳蛋白等营养成分天然充足。
- 它是完美的生态社区，拥有先进的环保设施，和谐融入了东海之滨的生态环境。
- 优倍生态奶牛社区，让每一头奶牛充分享受到动物福利，舒适健康地生活，牛奶们更好，是真正的高品质奶牛社区。

好奶源·好牛奶
优倍UBEST!



上市日期:
生产日期:



高品质鲜牛奶
奶源限定优倍生态奶牛社区

100%
HIGH QUALITY FRESH MILK
净含量:500毫升

净含量:200毫升
HIGH QUALITY FRESH MILK
100%

净含量:320毫升
FRESH MILK
HIGH QUALITY
100%



优倍UBEST!
好奶源·好牛奶

社区责任：传递爱心 报答社会

“取之于民，用之于民”，我们一直以实际行动努力地回馈社会，实践着光明“奉献社会，成就自我”的企业价值观。我们用关爱和奉献在践行公益的道路上踏下又一个坚实的脚步。

■ 支持教育事业

倾情赞助“同在阳光下，共享一本书”百万学童捐书活动

秋风送爽，爱心蔓延。2012年光明乳业倾情冠名赞助了“同在阳光下 共享一本书”2012首届上海市中小學生爱心捐书活动，启动仪式于9月份在上外黄浦外国语小学隆重举行。本次活动上海全市共有1,400所中小學校、近100万中小學生参与，书籍插上爱心的翅膀，“飞”往捐助地安徽、湖北、四川、河北等地贫困地区的娃娃手中，播撒希望和梦想。

■ 社企联动工作

光明乳业一直注重基层社区的建设。让消费者乐在其中、健康共享是光明乳业不变的追求。2012年公司承办了第二届北虹苑社区运动会，全程赞助了运动会上的一、二、三等奖奖品，并现场派送光明优倍、高钙牛奶给居民们免费品尝，分享美味和健康，得到了社区人民的肯定。

十多年来，我们一直坚持为上海地区百岁老人，每人每天免费提供牛奶一份，365天无休，准时准点，从不间断。

每逢佳节前夕，公司党委和工会派代表主动联系居委会，走访困难居民家庭，送牛奶，送温暖，送慰问，拜访社区养老院，看望孤寡老人，送去粽子和月饼，传递爱心，使中华民族尊老爱老传统美德得以传承，拉近了与社区居民间的距离，受到了街道和居委会的好评，上海虹桥镇敬老院特此向公司赠送了锦旗，良好展现出了光明乳业勇担社会责任，热心公益，奉献爱心，创造和谐的企业形象。

环境责任：绿色发展 和谐共处

“绿色战略”作为光明乳业多年来所坚持的重要战略之一，是光明乳业践行低碳发展的重要举措。我们以对社会负责的实际行动贯穿企业发展始终，并积极引导员工发挥聪明才智，在维护绿色社会的前提下投身企业经济发展的主战场。

■ 能耗指标

公司下属全国 20 个工厂：

2012 年资源消耗总量 92,787 吨标煤（电力折标系数 3.0），同比下降 1.9%。

2012 年万元产值能耗 0.1319 吨标煤，同比下降 7.06%。

2012 年单位产品（液态奶、奶粉、奶酪黄油、果汁）综合能耗 0.0985 吨标煤，同比下降 0.65%。

2012 年液态奶（巴氏奶、常温奶、酸奶）单位产品综合能耗 0.0805 吨标准煤，低于国家准入标准，成绩显著。



■ 环保核查

2012 年，公司因非公开发行股票的再融资项目需要，根据环保部要求，对下属工厂进行了全面环保核查，核查范围包括全国范围内 16 家生产型企业。

本次环保核查成果有 16 个工厂上报各自省厅的环境保护审核分报告和上报环保部的环境保护审核总报告；获得各自省厅和国家环保部批复“关于光明乳业股份有限公司上市环保核查情况的函”，顺利通过了国家环保部对公司再融资项目的环保核查。通过该次环保核查，进一步提升了公司在环境保护方面的管理水平。



新鲜我的生活

长寿村的神奇秘密 莫斯利安

Свърхестествена тайна населото на дълголетните, Момчиловци!



保加利亚玫瑰皇后

Тергана Иванова Пловдив

光明莫斯利安酸牛奶

世界著名长寿村—保加利亚的莫斯利安(momchilovtsi)



这个位于罗德比山脉，神秘、美丽，与诺贝尔奖获得者梅契尼科夫有着难解之缘的村庄，蕴藏着神奇的秘密——当地人的健康与长期饮用自酿酸奶有着密切关系。

现在，光明沿着梅契尼科夫的脚步，探索至莫斯利安，将当地自酿酸奶中的活性菌种引入中国，酿成了地道的“莫斯利安”风味酸牛奶。



工厂环保设施的建设和运行情况

公司全部工厂污水处理站设备运行正常，污水处理全部达标排放。

公司全国20个工厂中已有11个工厂的锅炉使用天然气(油)清洁能源，2个工厂外购蒸汽供热，使用清洁能源的工厂已占工厂总数的65%，同比上升18.18%。公司另有7个燃煤锅炉的工厂，锅炉均配有除尘器。根据当地环保要求，已有3个工厂安装锅炉烟尘脱硫设备，4个工厂列入改造计划。现有锅炉的除尘、脱硫设备运行正常。

■ 节能工作

光明乳业股份有限公司(母公司)、上海乳品四厂有限公司为上海市工业系统重点用能企业。

光明食品(集团)有限公司下达光明乳业2012年节能目标：光明乳业股份有限公司母公司(含上海乳品四厂有限公司和上海永安乳品有限公司)综合能源消费总量42,000吨标煤，工业产值能耗下降5.5%。

2012年工业节能目标完成情况：综合能源消费总量38,388.66吨标煤，同比下降0.24%。工业产值能耗0.0817吨标煤/万元，同比下降5.6%，完成上级光明食品(集团)有限公司下达年度节能目标。

为了食品安全，2012年各工厂对生产工艺、工艺设备和工作环境有了更高的要求，能源消费也随之上升，然而，2012年的能源消费总量同比下降0.16%，吨产品综合能耗同比下降0.65%，这主要得益于企业精细化管理节能和通过历年推进的节能技改项目继续产生效益，为企业可持续发展发挥了重要的作用。



案例 ▶

2012年6月,公司开展了以“节能低碳、绿色发展”为主题的节能宣传周活动。围绕“节能低碳,绿色发展”这一主题,开展以“四个一”(节约一滴水,节约一度电,节约一升气,节约一张纸)为主要内容的实践和宣传活动,并采用板报、节能图画张贴等形式大力宣传“节约意识”、“节能意识”,在公司中努力营造出“低碳生活,绿色发展”的氛围,推进节能降耗工作的深入开展,切实地将节能降耗工作落实到日常生产经营管理中。

光明乳业新建的华东中心工厂使用节能新光源无极灯、物流事业部扩建冷库、仓库推广使用节能新光源LED灯。天津新工厂使用节能新光源LED灯,并采用合同能源管理。技改项目在光明乳业全国工厂广泛开展,推广空压机、水泵流量变频控制技术的应用;蒸汽冷凝水余热回收;制冷机组改造推广使用节能型螺杆机组;华东中心工厂积极使用高效电机总量为7,186千瓦。

2012年9月,公司荣获上海市经济和信息化委员会颁发的节能奖牌。

硕果累累

2012年1月，公司获集团“销售收入突破百亿贡献奖”；

2012年2月，公司获批成为2011年国家技术创新示范企业；

2012年3月，公司旗下的星火奶牛二场、金山种牛场被评为牛奶体细胞优胜单位；璜塘奶牛场、祝塘奶牛场、申星奶牛场被评为繁殖信息反馈优胜单位；朱桥奶牛场获得了试配工作先进单位；

2012年5月，乳品八厂世界级制造项目管理团队获得“上海市工人先锋号”殊荣；上海永安乳品有限公司生产车间荣获“上海市现场管理星级评价四星级现场”；公司共青团工作喜获“市特色团委”称号；



2012年2月，全国青少年艺术风采展示活动组委会暨全部主办单位授予公司“全国支持青少年艺术教育工作先进单位”荣誉称号；



2012年5月，公司被授予“2012年度企业诚信评价等级AAA企业”；



2012年5月，公司通过“诚信管理体系”认证；



2012年5月，公司荣获《环球企业家》“2011-2012中国最佳表现公司50强”；



2012年6月，公司以优异成绩荣获中国轻工业联合会“2011年度中国轻工业百强企业”称号；



2012年6月，公司旗下三款产品——莫斯利安、优+、嘟嘟高品质牛奶从3000多种产品中脱颖而出，摘取了Monde Selection(世界食品品质评鉴大会)大奖。其中，莫斯利安是继去年获得该奖的中国首个蝉联Monde Selection大奖的产品；



2012年8月，公司被中国食品工业协会营养指导工作委员会评选为“全国食品营养健康十佳单位”；



2012年9月，中国乳制品工业协会第十八次年会上，公司以连续3年的优异经营业绩一举荣获“绩效良好企业奖”；参评的“匹萨奶酪的研究与产业化项目”荣获“技术创新一等奖”；“莫斯利安酸奶”、“光明维纳农庄奶酪”和“酸性棒棒奶酪”三个产品荣获“优秀新产品奖”。公司以荣获5项大奖的成绩，成为年会获奖最多的企业之一；

2012年8月，莫斯利安、致优荣登中国食品健康七星奖暨“信赖100”品牌发布榜单；

2012年11月，公司乳品八厂通过TPM优秀奖审核，成为中国乳业第一家获得TPM优秀奖的工厂；



2012年10月，莫斯利安荣获大学生至爱乳制品品牌；



2012年11月，公司荣获第十届中国食品安全年会“科技创新先进单位”；郭本恒总裁荣获年度“科技创新先进个人”；



2012年12月,公司荣获《中国经营报》与上海交通大学安泰管理学院联合颁发的“中国企业社会责任优秀实践奖”;



2012年12月,公司培训学院连获“2012中国企业大学排行榜最佳学习项目TOP20”和“TOP100年度企业商学院(大学)最佳组织奖”两大企业大学榜单大奖。

| 展望 2013 |

2012年是光明乳业三年规划的收官之年，公司实现销售收入再创新高，盈利能力稳步提升；三大支柱格局初步形成，产品结构继续改善；以大市场+大协作方式开拓第二华东市场成效显著；资本运作成果丰硕，国际化战略迈出坚实一步。

2013年是公司新三年战略规划的开局年，站在新的起点，我们清楚认识到了自身存在的问题与不足。尤其是食品质量事件的发生给公司的质量管控敲响警钟。面对国内外经济环境及行业形势的挑战，公司将继续秉承社会责任理念，兼顾利益相关方责任、社会责任、环境责任的和谐统一，努力实现经济效益、社会效益、环境效益的最大化。

公司将紧抓“十二五”规划发展机遇，继续围绕“聚焦乳业、领先新鲜、做强常温、突破奶粉”战略目标，充分发挥科技创新等方面的领军优势，确保公司业绩持续提升，最大程度的保障股东、合作伙伴等利益相关方的利益；同时，加强食品安全管理的执行力，落实到每个环节、每个细节，持续为消费者提供安全优质的产品和服务；在保障员工权益上，继续推行民主管理，推动员工和企业一起成长，提升员工的归属感和安全感。

在环境污染严重的当代社会，作为国有企业，倡导和实践绿色发展是我们的义务。公司将继续坚持“低碳经营、环保节能”的环境理念，着力从节能减排、低碳发展等方面加快绿色能源产业转型升级，大力发展绿色经济，为环境可持续性发展做出积极贡献。

我们将保持饱满激情的精神状态，夯实基础，增强实力，拓展市场，稳中求进，努力发展成为中国乳业最具竞争力的国际化现代企业。

感谢公司投资者关系顾问领灿投资为本文撰写提供支持 with 协助

光明乳业股份有限公司

Bright Dairy & Food Co., Lt d.

地址: 上海市吴中路578号

电话: 86-21-54584520

传真: 86-21-64013337

网址: www.brightdairy.com

信箱: 600597@brightdairy.com