

ICS 03.100.01

A 02

备案号: ××××-××××

RB

团体标准

T/RB××××-××××

乳制品工业企业行业 社会责任实施指南

Guidance on the implementation of social responsibility
for dairy industry

(征求意见稿)

××××-××-××发布

××××-××-××实施

中国乳制品工业协会 发布

目 次

目 次	I
前 言	II
引 言	III
乳制品工业企业社会责任实施指南	1
1 概述	1
2 相关重要术语及其定义	1
3 乳制品工业企业社会责任的基本特征	1
3.1 概述	1
3.2 利益相关方	2
4 乳制品工业企业社会责任特定议题及其实施建议	2
4.1 概述	2
4.2 特定议题 1: 乳制品质量与安全	2
4.3 特定议题 2: 营养与健康	4
4.4 特定议题 3: 在价值链中促进社会责任	4
4.5 特定议题 4: 满足特殊人群的需求	5
4.6 特定议题 5: 负责任的产品营销	6
4.7 特定议题 6: 绿色发展	7

前 言

本标准与下列国家标准和行业标准共同支撑形成系统化的社会责任标准体系：

——GB/T 36000—2015《社会责任指南》；

——GB/T 36001—2015《社会责任报告编写指南》；

——GB/T 36002—2015《社会责任绩效分类指引》；

——GB/T ××××—××××《社会责任管理体系 要求及其实施指南》；

——GB/T ××××—××××《将社会责任融入企业现有管理体系的指南》；

本标准给出了GB/T 36000—2015《社会责任指南》等基础性社会责任国家标准在乳制品工业企业应用实施的详尽指南。

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本标准的某些内容可能涉及著作权、专利等知识产权。本标准的发布机构不承担识别这些知识产权的责任。

本标准由中国乳制品工业协会提出并归口。

本标准起草单位：中国乳制品工业协会、中国标准化研究院、责扬天下（北京）管理顾问有限公司、内蒙古伊利实业集团股份有限公司、内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司、黑龙江飞鹤乳业有限公司、光明乳业股份有限公司、北京三元食品股份有限公司、雀巢（中国）有限公司、石家庄君乐宝乳业有限公司、贝因美婴童食品股份有限公司。

引 言

乳制品行业与公众的饮食安全和健康息息相关，同时也是一个产业链长、涉及面广、科技含量高的产业，对推动农业发展、增加农民收入、改善国民营养和健康水平，推动国民经济持续、稳定、健康发展具有重要意义。

2008 年发生乳品安全事件以来，乳制品工业企业更加重视保障乳品质量安全，重塑消费者信心。同时，面对社会需要和社会问题，积极承担社会的职责以维护国家、社会和人民的根本利益。为促进乳制品工业企业持续健康发展，提升行业竞争力，促进奶业全面振兴，特制定本标准。

本标准有针对性地为乳制品行业在应用 GB/T 36000—2015《社会责任指南》等基础性社会责任国家标准时提供了进一步的详尽指南，旨在帮助乳制品行业企业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，更好落实社会责任国内外标准，共同推动乳制品行业整体可持续性水平的不断提高，最大限度地致力于可持续发展。

本标准主要强调乳制品工业企业履行社会责任的内容和方式，反映乳制品工业企业在担负社会责任这个角度与社会、经济、环境之间的综合关系。为此，在应用本标准时，企业宜通盘考虑整个社会责任国家标准体系，尤其是社会责任基础性国家标准，参考 GB/T 36000《社会责任指南》、GB/T 36001《社会责任报告编写指南》；GB/T 36002《社会责任绩效分类指引》等社会责任标准。

本标准从组织治理、乳制品质量安全、营养健康、特殊人群的需要、可持续供应链管理、负责任的产品营销、绿色发展七个特定议题明确了乳制品工业企业和相关组织履行社会责任的主要议题和核心要求，以促进乳制品工业企业在决策和活动过程中能够全面合理地关注利益相关方的期望与诉求，以提升乳制品工业行业整体的竞争力，实现可持续发展。

为助力乳制品工业企业和相关组织更好地履行社会责任，本标准就乳制品工业企业社会责任的发展和趋势、基本特征、通用基础标准和通用实践方法、社会责任特定议题和实施建议等提供了指南性意见和建议。针对每个特定议题附加了良好的实践案例，以便乳制品工业企业和相关组织更好地理解该议题的内涵和实践方式。

乳制品工业企业社会责任实施指南

1 概述

随着社会经济的不断发展，乳制品已逐渐成为人们生活所必需的食品，人均乳制品消费量成为了衡量一个国家人民生活水平的主要指标之一。在现代社会，乳制品工业采用现代工业技术加工乳制品，一方面使得乳制品加工更加高效，乳制品更加味美和更富营养，品质更加精致，品种更加丰富，食用更加便捷，极大地丰富了人们的物质生活，改善了人们的生活水平，提高了人们的生活质量，另一方面，形成了较为复杂且庞大的现代乳制品工业产业链，涉及诸多行业和领域（如畜牧业、乳制品工业、包装、储运、化学原料和化学制品制造业、餐饮业、生态保护和环境治理业等），提供了较大的社会就业机会，成为了国民经济的重要战略性产业。

乳制品工业与人们日常生活息息相关，直接关系到全体国民的基本生活、体质发展和身体健康安全。作为一种特殊食品，乳制品一直备受社会瞩目。在经历多起因社会责任缺失而造成重大质量安全事件之后，乳制品工业的整体声誉遭受了沉重打击。为此，推动乳制品工业企业积极履行社会责任，规范自身行为并严格自律，这对于重塑行业声誉和促进行业整体健康发展均具有极为紧迫的现实意义。

2 相关重要术语及其定义

为了便于理解和使用本标准所述内容，本标准确定了下列相关重要术语及其定义：

1) 乳制品（dairy product）

在满足法律法规和标准要求的情况下，以牛乳或羊乳及其加工制品为主要原料，通过加入（或不加入）适量维生素、矿物质和其他辅料而加工制作的产品。

注：乳制品包括液体乳（如巴氏杀菌乳、灭菌乳、调制乳、发酵乳等）、乳粉（如全脂乳粉、脱脂乳粉、部分脱脂乳粉、调制乳粉、牛初乳粉等）、炼乳、乳脂肪（如奶油等）、干酪、乳冰淇淋、其他乳制品（如干酪素、乳糖、奶片等）。

2) 食品添加剂（food additive）

为了改善食品品质和食品的色、香、味，或为了满足防腐和加工工艺的需要，加入食品中的化学合成物质或天然物质。

3 乳制品工业企业社会责任的基本特征

3.1 概述

乳制品工业是一个较为特殊的行业，其行业特殊性使得乳制品工业企业社会责任具有有别于其他行业企业的显著特征，这主要体现在以下几方面：

——确保乳制品安全是所有乳制品工业企业的首要职责。它直接关系到乳制品工业企业乃至整个行业的生死存亡。安全性是任何乳制品工业必须满足的基本特性，这既是法律的强制要求，也是人类社会的基本常识和普世价值。

——乳制品工业产业链的特殊构成使得主要位于中游核心地位的乳制品工业企业需站在产业链系统的整体高度去审视其社会责任。乳制品工业产业链包含诸多环节，涉及上下游多个行业领域，如畜牧业、乳制品工业生产、包装、储运、化学原料和化学制品制造业、乳制品商贸业、餐饮业、生态保护和环境治理业等，其中任何一个环节出现问题都会直接影响到最终的乳制品质量和安全。作为产业链的核心环节，乳制品工业企业不仅要肩负着将原材料转变为更高价值产品的重任，而且还要与全产业链合作，从而确保对乳制品质量安全的全程控制和可追溯，打造“安

全、放心、健康”乳制品产业链；

- 乳制品既是重要的基本生活必需品，也是满足人们日益丰富和多样需求（如营养补给、促进人体健康、享受生活乐趣等）的日常生活用品，对人们的日常生活具有举足轻重的影响。作为乳制品的重要加工方和主要提供者，保障人们基本生活需要、促进身体健康和体质改善、提高人们生活质量和乐趣，成为了乳制品工业企业的基本职责；
- 自然生态环境的优劣对于乳制品质量和安全具有决定性的影响，尤其是局部特定的优良自然生态环境对于特定质量和风味的乳制品原料供应更是唇齿相依。这决定了保护自然生态环境不只是外在的社会压力要求，更是保障乳制品工业自身良性长久发展的根本要求，对于乳制品工业企业具有极为特殊的意义。

为致力于成为对社会负责的组织，乳制品工业企业社会责任实践宜着重考虑以下几方面：

- 加强乳制品质量安全管理，推动乳制品产业链合作，确保乳制品质量安全；
- 开发、生产和提供优质乳制品，保障人们基本生活需要，促进身体健康和体质改善，提高人们生活质量和乐趣；
- 推动自然生态环境保护，最大限度地降低自身乃至整个产业链对生态环境的不利影响；
- 积极支持和促进社区发展，尤其是推动乳制品牧业原料生产基地建设，实现产业链共赢。

3.2 利益相关方

乳制品工业企业的利益相关方主要包括（但不限于）以下各方面：

- 执法部门；
- 所有者、股东、员工等；
- 乳制品工业行业组织和同业组织；
- 媒体、科研学术机构等；
- 乳制品消费者；
- 社区；
- 生态环境保护组织等；
- 其他。

4 乳制品工业企业社会责任特定议题及其实施建议

4.1 概述

在 GB/T 36000 所给出的社会责任主题和议题基础上，本章结合乳制品工业企业社会责任的特点，进一步详细给出了乳制品工业企业社会责任的特定议题及其实施建议（参见 4.2 至 4.7）。这些特定议题并非代替 GB/T 36000 所述的社会责任主题和议题，而仅为 GB/T 36000 所述的社会责任主题和议题的细化或补充。在实践中，乳制品工业企业应将两者通盘考虑。

为了使指南更具针对性和可操作性，本章在给出乳制品工业企业社会责任特定议题时，未严格按照 GB/T 36000 所述的社会责任主题（组织治理、人权、劳工实践、消费者问题、环境、公平运行实践、社区参与和发展）的分类和顺序进行阐述，有些特定议题可能涉及一个或多个 GB/T 36000 的社会责任主题和议题。

乳制品工业企业社会责任特定议题主要包括（但不限于）：

- 1) 乳制品质量与安全；
- 2) 营养与健康；
- 3) 在价值链中促进社会责任；
- 4) 满足特殊人群的需求；
- 5) 负责任的产品营销；
- 6) 绿色发展。

4.2 特定议题 1：乳制品质量与安全

4.2.1 议题描述

消费者问题是组织社会责任核心主题之一（见 GB/T 36000 中的 7.7），但对于乳制品工业企业社会责任实践而言，乳制品质量与安全是与该主题密切相关并在本行业较为突出且具有更鲜明行业特点的议题。除涉及 GB/T 36000 中 7.7 所述通用技术内容外，乳制品质量与安全议题在食品工业企业社会责任实践中还具有更进一步的特性。

乳制品质量与乳制品安全是两个不同的概念，两者既有紧密的联系又有显著差异。乳制品安全主要是指乳制品在日常食用中不会损害人体健康，不存在对人体健康的危害（包括急性或慢性的、现实或潜在的危害）。乳制品质量除乳制品的安全性之外，还包括其它性状：正面性状如风味、颜色、质地等，负面性状如腐败性、变色、变味等。某些负面性状与乳制品安全密切相关，通常是乳制品是否“安全”的重要的、直观的外在表现。一般地，当负面性状较为严重时，乳制品很可能已变质而变得“不安全”。经进一步的乳制品安全检测，如果超标，则该乳制品即被确定为“不安全”的乳制品。有时，虽然有关乳制品质量的性状并无明显变化，但若超过保质期等，或经乳制品安全检测，乳制品仍可能会因违反法律法规和标准要求而被确定为“不安全”的乳制品。

影响乳制品质量与安全的因素繁多且很复杂，涉及乳制品产业链各环节，包括乳制品原料的采集和储运，乳制品加工、包装、贮运、销售和消费等。系统化管理和产业链合作，是提高乳制品质量和保障乳制品安全的重要途径。

乳制品消费者覆盖范围广，其中包括一大部分特殊群体，如婴幼儿、儿童和青少年，他们直接关系到国家的未来。乳制品质量与安全不仅涉及国民健康和国计民生，更关乎乳制品工业企业的生死存亡，是乳制品工业企业社会责任实践的首要议题。

4.2.2 实施建议

相关行动和社会期望包括：

- 1) 建立和实施乳制品安全管理体系（包括：通过实施GB/T 22000以确保乳制品链中的各组织有能力控制乳制品安全危害；通过危害分析关键控制点（HACCP）体系以实现“原料采购—加工—储运—销售—使用”全过程的乳制品安全危害的预防与控制），以便最大限度地降低乳制品安全风险并满足法律法规要求；
- 2) 建立和实施质量管理体系，完善乳制品加工工艺、设备和检测手段，强化乳制品加工过程的产品质量管理，以确保乳制品质量得到稳定控制；
- 3) 开展乳制品质量管理体系和安全管理体系审核或第三方认证，使企业自身和外界确信企业的乳制品质量与安全管理体系持久保证能力；
- 4) 制定企业乳制品质量与安全战略，强化社会责任意识，依法构建完善的乳制品质量与安全管理体系组织架构，加强相关宣传、教育和培训，强化全员的乳制品质量与安全管理体系意识和责任，构建良好的企业乳制品质量与安全文化；
- 5) 依法建立乳制品安全监测预警、风险防控和应急响应机制，强化从原料采购到加工储运和销售使用全过程的乳制品安全监管，规范应急处理流程，明确乳制品质量与安全事故责任主体及处理措施，避免或尽可能减小事故对人员的健康损害，包括：
 - a) 在所有环节实施严格的安全监管措施，杜绝一切形式的违规违法行为，如非法添加有害身体健康的食品添加剂或其它有毒有害物质等；
 - b) 在储存环节进行物料检测、库房检测、库房巡检、GPS温度监控、出库检测，确保检测结果公开透明；
 - c) 在运输环节，对原奶进行奶质检测、奶车清洗、GPS温度监控，对成品奶进行扫描出库，严格按批次管理并实时反映物料流转状态，保证产品安全；
 - d) 在销售环节，建立过期乳制品集中处置管理系统，避免过期乳制品再度流入市场；
 - e) 在售后环节，建立乳制品安全事故的应急管理组织，依法依规调查和妥善处置安全事故，并将结果向社会公示。

- 6) 推动奶源基地规模化集约化建设,规范原奶收购程序,完善原奶质量监督和检测手段,对原奶质量实施100%检测;
- 7) 开展负责任的供应链管理,建立原奶采购信息档案,建立并实施有效的乳制品质量与安全追溯系统和产品召回机制;
- 8) 依法保持乳制品质量与安全信息的公开透明,积极回应社会和利益相关方的关切,妥善处理相关的矛盾和纠纷;
- 9) 积极主动地开展产业链合作,支持和鼓励产业链伙伴实施任何有利于乳制品质量与安全的计划和措施,包括技术研发与合作、相关教育与宣传、技能培训、信息分享等。

4.3 特定议题 2: 营养与健康

4.3.1 议题描述

保护消费者健康是组织社会责任核心主题“消费者问题”的重要议题之一(见 GB/T 36000 中的 7.7.4),健康是组织社会责任核心主题“社区参与和发展”的重要议题之一(见 GB/T 36000 中的 7.8.8),但对于乳制品工业企业社会责任实践而言,营养与健康是与这两个议题均密切相关并在本行业较为突出且具有更鲜明行业特点的议题。除涉及 GB/T 36000 中 7.7.4 和 7.8.8 所述通用技术内容外,营养与健康议题在乳制品工业企业社会责任实践中还具有更进一步的特性。

乳制品营养是指人体从乳制品中所能获得的热能和营养素的总称(不包括以治疗为目的的物品)。作为特殊食品,乳制品具有丰富的营养,是人体获得所需热能和营养素的重要来源。为了满足人们对乳制品营养的基本需求,“补充营养”成为了乳制品工业企业所产乳制品需具备的重要基础功能。

对于人体健康而言,乳制品既可能产生消极影响,如因乳制品质量变坏(如腐败、受到污染等)而可能导致对人体健康的损害,又可能产生积极影响,如:在乳制品加工环节,通过工艺或技术使乳制品具备以调节人体机能来促进人体健康的功能。为此,“促进健康”成为了乳制品工业企业所产乳制品需具备的另一个重要基础功能。

补充营养和促进健康是乳制品工业企业满足市场需求以安身立命之本,对于乳制品工业企业的生存和发展具有极为重大的经济意义。在现代社会,随着经济社会的快速发展和人类文明的不断进步,国民体质的提高和健康状况的改善已日益成为社会大众的普遍需求,同时也成为了各国和各地区经济社会发展的重要战略目标。鉴于此,补充营养和促进健康对于乳制品工业企业而言又具有了极为重大的社会意义。

4.3.2 实施建议

相关行动和社会期望包括:

- 1) 积极配合国家相关健康规划的实施,运用专业优势开展营养健康教育及健康生活方式倡导等活动,向公众普及乳制品营养健康知识,优化乳制品营养健康服务,促进大众健康水平的提升;
- 2) 开展乳制品营养研究,通过技术创新,研发营养健康的乳制品,使其更符合消费者营养需求;
- 3) 强化员工职业道德培训和监管,严格食品添加剂管理和使用,实施负责任的技术研究和创新;
- 4) 针对不同地区、民族和年龄段群体的膳食特点和体质差异,在乳制品生产中考虑分别或综合满足不同群体的需要;
- 5) 提供与饥饿和营养不良人群购买力相匹配的产品或服务,帮助低收入家庭获得和提升获得乳制品的权利;
- 6) 考虑与包括政府、商业或社会组织等在内的利益相关方建立伙伴关系,邀请当地社区参观生产工厂、研发中心或原材料基地(如牧场等),并利用互补的资源、知识和技能开展各类身心健康倡导活动及营养普惠,普及健康生活方式;
- 7) 可行时,开展营养健康扶贫,关注偏远及贫困地区青少年及儿童的营养改善,提供乳制品支持,从而减少青少年及儿童的营养不良率和贫血率。

4.4 特定议题 3: 在价值链中促进社会责任

4.4.1 议题描述

在价值链中促进社会责任是组织社会责任核心主题“公平运行实践”的重要议题之一（见 GB/T 36000 中的 7.6.5）。但对于乳制品工业企业社会责任实践而言，该议题在本行业具有较为特殊的意义和更鲜明的行业特点。除涉及 GB/T 36000 中 7.6.5 所述通用技术内容外，该议题在乳制品工业企业社会责任实践中还具有更进一步的特性。

与其他行业不同，一方面乳制品工业企业的价值链很长，包含了从牧草种植、奶牛养殖、原奶储运，到乳制品加工、包装、贮运、销售和消费，跨多个行业或领域；另一方面，该价值链中各成员在性质、类型和规模以及生产条件和能力等方面相互之间存在较大差异，如：在牧草种植和奶牛养殖端，有的可能是条件简陋、知识与技能较缺乏的、位于偏远地区的牧业家庭生产户，有的可能是具有一定规模的、现代化的牧业企业。

乳制品工业企业价值链的特殊性决定了：其价值链管理不仅仅是考虑如何通过价值链积极影响各成员，以推动各成员开展社会责任实践，而且还需重点关注如何积极推动各方共同合作，促进各方能力发展，实现良好的产业链发展生态，既有助于乳制品质量安全的全过程控制，又能实现共赢，增强各方实力，进一步促进价值链的社会责任实践。

4.4.2 实施建议

相关行动和社会期望包括：

- 1) 将社会责任融入企业的供应商、经销商、承运商、承包商等的筛选、准入、过程管理和退出的具体政策和实践中，推动价值链的社会责任发展和建设，促进产业链上下游健康发展；
- 2) 建立严格的乳制品安全准入评价审核程序，通过评价审核程序进行供应商选择，综合考量供应商资质；
- 3) 以公开、透明的方式，对采购价格与供应商尤其是牧业户进行良好沟通。
- 4) 利用自身优势为牧业户或伙伴提供免费或非盈利的技术支持和知识与技能培训，帮助其普及新技术和新方法，了解和掌握专业知识和技能，促进其技术更新和生产操作的规范化；
- 5) 选择优质奶源基地，鼓励优质牧草种植，注重检测牧草的病虫害预防和治疗过程，提升牧草营养价值；
- 6) 推动奶牛养殖标准化和规模化，鼓励奶牛的品种改良，提高良种奶牛的覆盖率，及时淘汰低产和劣质奶牛，以保证逐步提高原料奶产量、质量和养殖效益；
- 7) 强化挤奶程序规范操作，确保挤奶设备清洁，降低菌落总数；
- 8) 与价值链各方共享信息，紧密协作，实现乳制品来源和流向的快速追溯，促进乳制品安全的有效管控、应急处置和召回；
- 9) 选择产品包装应优先选择无毒、无害、易于降解或者便于回收利用的原则，考虑产品包装物对环境的影响。

4.5 特定议题 4：满足特殊人群的需求

4.5.1 议题描述

保护消费者健康是组织社会责任核心主题“消费者问题”的重要议题之一（见 GB/T 36000 中的 7.7.4），健康是组织社会责任核心主题“社区参与和发展”的重要议题之一（见 GB/T 36000 中的 7.8.8），但对于乳制品工业企业社会责任实践而言，满足特殊人群的需求是与这两个议题均密切相关并在本行业较为突出且具有更鲜明行业特点的议题。除涉及 GB/T 36000 中 7.7.4 和 7.8.8 所述通用技术内容外，满足特殊人群的需求议题在乳制品工业企业社会责任实践中还具有更进一步的特性。

满足特殊人群需求的乳制品是指专供诸如婴幼儿、孕妇、老年人、病患等体质和健康状况特殊的人群食用的乳制品。由于此类人群的体质和健康状况的特殊性，如需促进身体发育的青少年、需促进胎儿健康成长的孕妇和需预防骨质疏松的老年人等，一方面供普通大众食用的乳制品可能无法很好满足其营养和健康需求，另一方面，此类人群属于小众人群，易受到社会忽视，因此，针对不同特殊人群研发不同的乳制品对于关爱社会特殊人群具有极为重要的社会意义。

婴幼儿是特殊人群中极为典型的群体，其安全和健康关系到千家万户的家庭幸福，关系到国家的未来。保护婴幼儿的安全和健康，是乳制品工业企业义不容辞的责任。

4.5.2 实施建议

相关行动和社会期望包括：

- 1) 通过开展特殊人群营养研究，研发营养健康的乳制品，为特殊人群消费者提供多元化营养健康产品和营养呵护，包括：
 - a) 健全孕妇各阶段所需要乳制品种类，满足孕妇和胎儿的营养需求，保障孕妇健康，促进胎儿健康成长；
 - b) 严格遵守国家母乳代用品管理相关法规规定，研发适合中国宝宝体质的婴幼儿配方奶粉；
 - c) 关注处于生长发育期的儿童和青少年对营养的需求，健全儿童和青少年饮用乳制品种类，促进儿童和青少年身体健康发育，保障其成长所需营养；
 - d) 关注老年人对乳制品需求，开发易消化、好吸收等适合老年人需求乳制品；
 - e) 针对不同人群的健康需要，开发多种类产品，如低脂奶、低乳糖奶和高钙奶等；
- 2) 积极组织、参与、支持和鼓励有关针对特殊人群的营养健康及健康生活方式等科普教育和宣传活动，推动全社会关爱和重视特殊人群的乳制品需求；
- 3) 在产品标识上明确标识乳制品的特定适用人群，并说明相关作用和影响以及注意事项；
- 4) 可行时，开展特殊人群的乳制品营养健康扶贫，关注偏远及贫困地区婴幼儿、老年人及慢性病患者的营养改善，为其提供乳制品支持。

4.6 特定议题 5：负责任的产品营销

4.6.1 议题描述

负责任的产品营销是组织社会责任核心主题“消费者问题”中的重要议题之一（见 GB/T 36000 中的 7.7.3）。对于乳制品工业企业社会责任实践而言，负责任的产品营销是与该议题密切相关并在本行业较为突出且具有更鲜明行业特点和重要意义的议题。除参照 GB/T 36000 中 7.7.3 所述通用“议题描述”和“相关行动和期望”外，负责任的产品营销在乳制品工业企业社会责任实践中还具有更进一步的特性。

负责任的产品营销是指结合自身产品属性和营养价值开展负责任的营销推广行为，能够更明确为消费者购买决策提供有效信息。负责任的产品营销应基于真实客观的产品信息，促进行业公平竞争，维护产业链上下游利益相关方权益。

4.6.2 实施建议

相关行动和社会期望包括：

对于负责任的产品营销，相关行动和社会期望包括：

- 1) 对产品进行合理定价，维持产品总量平衡与价格稳定，以平衡上游供应商与下游消费者的权益；
- 2) 拓宽营销渠道，并创新配送模式，提高产品可及性，将高品质产品输送至每位消费者手中；
- 3) 坚决维护消费者的安全权、知情权、选择权等合法权益；
- 4) 按照适用的法律法规，对产品包装标签、广告和营销材料先进行内部审核，保障产品包装标签、广告等宣传信息的真实性和合法性，最后送至工商行政管理部门进行审核；
- 5) 产品包装标签、广告和营销材料不采取任何欺骗、误导、虚假或不公平、不清晰、模棱两可的做法，应方便消费者识读，避免发生误读和歧义，不遗漏关键信息，例如，保证包装标签日期清晰明确；
- 6) 为所有营销人员讲解各种产品名称、功能、销售渠道等，并依据“导购话术”对销售人员进行责任营销培训，避免对消费者产生误导，帮助消费者选择最正确和最需要的产品；
- 7) 在广告和营销时首先考虑包括儿童、妇女和中老年在内的弱势群体的最大利益，不参与损害儿童、妇女和中老年的利益活动；
- 8) 作为婴幼儿奶粉生产商，在广告宣传中遵循相关国家规定，科学宣传婴幼儿奶粉，不针对一阶段奶粉进行广告宣传，内容严格避免使用任何“可替代母乳”或“针对一岁以下婴儿”的图像

或文字：

- 9) 注重对消费者进行健康教育与引导，深入洞察消费者需求，依据不同客户需求设计包装，引导消费者根据需要购买不同分量的产品以减少食品浪费。

4.7 特定议题 6：绿色发展

4.7.1 议题描述

环境是组织社会责任核心主题之一（见 GB/T 36000 中的 7.5），但对于乳制品工业企业社会责任标准而言，除涉及 GB/T 36000 中 7.5 所述通用“议题描述”和“相关行动和期望”外，绿色发展还具有更加鲜明的行业特点。

绿色发展是以效率、和谐和可持续为目标的经济增长和社会发展方式。乳制品工业企业的绿色发展是指将绿色、生态、环保和可持续发展理念植入选址和设施建设、供应链、原材料、产品、生产和制造、交通和物流等运营的全部环节，通过实施节能减排、废弃物处理和生态环境保护促进绿色发展。

4.7.2 实施建议

相关行动和社会期望包括：

对于绿色发展，相关行动和社会期望包括：

- 1) 推动奶源供应商建立完善的绿色牧场管理体系和实施各类节能减排与生态保护项目，提高牧场供应商的绿色运营能力与环保意识；
- 2) 为供应链上游碳排放设置评估目标，推动长期合作的大中型牧场设置专业管理机构或者配置专业管理人员，对牧场的环保设施设备进行全面专业的评估，促进不符合环保要求的项目完成整改；
- 3) 引入国际先进的环境管理体系和能源管理体系，如：采用 ISO 14001 环境管理体系标准，对研发、生产、销售过程中可能对环境造成的影响因素进行识别管理；采用 ISO 50001 能源管理体系，强化全链条各环节管理；稳步推进绿色生产，促进所有工厂通过 ISO 14001 和 ISO 50001 认证；
- 4) 设立能源管理部门，制定节能管理制度，对生产环节设置碳排放及耗能目标，使用节能设备；
- 5) 建厂地址全部远离生态红线区及邻近区域；
- 6) 注重水资源的保护，提高水资源利用效率，组织实施水资源循环利用计划，减少在运输、生产以及服务过程中的水资源需求。采用先进的工艺、技术、设备减少生产与服务过程中的水资源使用，尽可能采购低耗水设备。在内部进行水资源节约培训，倡导节水措施，减少企业日常运营中的水资源使用；
- 7) 对工厂的废水、废气、噪声等污染物排放监测和排放提出明确而严格的要求，创新推动污染物的循环再利用，规范危险废物台账和处理流程，加强危险废物收集、贮存、处置各环节流程管理；
- 8) 优化能源结构，推行多能互补的能源整合利用模式，增加太阳能、生物质能、风能、沼气等绿色可再生能源的比例；
- 9) 使用绿色环保包装材料，减少过度包装，制定包装材料的节约、回收和循环利用政策；
- 10) 科学规划仓储布局，减少产品运输过程中的能源消耗和环境影响。