

中华人民共和国轻工行业标准

QB/T XXXX -XXXX

食品工业企业社会责任实施指南

Guidance on the implementation of social responsibility

for food industry

(公开征求意见稿)

20XX-XX-XX发

20XX-XX-XX实

中华人民共和国工业和信息化部 发布

目录

.....	I
前 言	III
引 言	IV
食品工业企业社会责任实施指南	1
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 食品工业企业社会责任的基本特征	3
4.1 总则.....	3
4.2 利益相关方.....	4
5 食品行业社会责任特定议题及其实施指南	5
5.1 概述.....	5
5.2 食品行业社会责任特定议题.....	6
参 考 文 献	15

前 言

本文件按照GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由中国食品工业协会提出并归口。

请注意，本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

引 言

食品工业是我国经济发展的重要支柱产业，也是关系国家民生及关联农业、工业、流通等领域的大产业，引导和促进食品工业企业履行社会责任，对于提升中国食品行业声誉和提高市场竞争力具有较为紧迫的现实意义。

为促进食品工业行业健康、全面、协调、可持续发展，积极承担社会责任以维护国家、社会和人民的根本利益，引导食品工业企业和其他有关组织科学、系统地履行对经济、社会和环境的责任，特制定本文件。

本文件有针对性地为食品工业企业在应用 GB/T 36000-2015《社会责任指南》等基础性社会责任标准时提供了进一步的详细指南。因此，在应用本文件时，企业宜通过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 36000-2015《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》等社会责任标准。

本文件从“食品质量与安全”“营养与健康”“价值链管理”“水资源节约、利用和保护”“包装的绿色、节约和循环利用”“促进社区发展”“文化保护、传播和传承”“消费者教育”“特殊人群食品研发”九个特定议题明确了食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，以促进企业及相关组织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，促进行业发展和市场繁荣，构建责任供应链，帮助食品工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，从而提升食品工业行业整体的竞争力，共同推动食品工业企业整体可持续发展水平的提升。

为了助力食品工业企业和相关组织更好地履行社会责任实践，本文件就食品工业企业社会责任的发展特定背景及趋势、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、议题描述和实施建议等提供了指南性意见和建议，以便食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。

食品工业企业社会责任实施指南

1 范围

本文件为食品工业企业在应用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进一步的详尽指南。

本文件适用于食品工业所有类型的企业。

本文件不适用于认证目的。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

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 24001-2016 环境管理体系 要求及使用指南

GB/T 31268-2014 限制商品过度包装 通则

GB/T 15091-1994 食品工业基本术语

GB 2760-2014 食品安全国家标准 食品添加剂使用标准

GB/T 22000—2006/ISO 22000 食品 安全管理体系 食品链中各类组织的要求

3 术语和定义

GB/T 36000界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

食品 food

可供人类食用或饮用的物质。

注：在本附录中，食品仅包括加工食品及其半成品、未加工食品，但不包括诸如烟草或仅作药品用的物质等。

3.2

食品工业 food industry

主要以农业、渔业、畜牧业、林业或工业（包括化学工业）的产品或半成品为原料，制造、提取、加工成食品或半成品，具有连续且有组织的经济活动的工业体系。

3.4

食品加工 food processing

改变食品原料或半成品的形状、大小、性质或纯度，使之符合食品标准的各种操作。

3.5

食品添加剂 food additive

改善食品品质和色、香、味以及为防腐、保鲜和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质，包括营养强化剂。

3.6

食品包装材料 packaging material for food

用于食品的包装材料和容器，指包装、盛放食品或者食品添加剂用的纸、竹、木、金属、搪瓷、陶瓷、塑料、橡胶、天然纤维、化学纤维、玻璃等制品和直接接触食品或者食品添加剂的涂料。

3.7

食品安全 food safety

食品无毒、无害，符合应有的营养要求，对人体健康不造成任何急性、亚急性或者慢性危害。

注 1：食品安全是一种相对的安全而非绝对的安全。某些食物（如花生、牛奶、海鲜等）对于大部分人而言是安全的，但对少数人而言，他们因自身身体原因而会出现食物过敏。

注 2：我国倾向于从食品的自然功能来界定“食品安全”：

—— 2006年施行的《国家重大食品安全事故应急预案》，对“食品安全”有了详细的说明，即：从人本的角度进行界定，其结果不能危害人体的生命健康，必须与有毒有害物质等因素绝缘；从时间角度来看，从人们食用之后的“当时”以及未来，不能产生隐患。

—— 2015实施的《中华人民共和国食品安全法》，从法律层面定义了“食品安全”，即：从毒理学角度来看，食品必须无毒、无害；从营养学角度来看，应当具备一定的营养；从临床的角度来看，不能造成人体任何急性、亚急性或者慢性危害。

注 3：食品安全检测主要包括理化检测和微生物检测。从检测角度而言，食品安全主要包括两个方面：理化方面的安全性，即食品物质组成（如重金属含量等）理化检测指标是否超标；微生物方面的安全性，即微生物（如大肠杆菌等）检测指标是否超标。

3.8

食品营养 food nutrition

食品中所含的能被人体摄取以维持生命活动的物资及其特性的总称。

3.9

价值链 value chain

由以产品或服务形式提供或获得价值的各项活动或各方所构成的序列。

注 1：价值提供方包括供应商、业务外包人员、承包商及其他。

注 2：价值获得方包括顾客、消费者、客户、会员和其他用户。

4 食品工业企业社会责任的基本特征

4.1 总则

食品是人类赖以生存的基础物质，是人的第一生活基本需求。食品工业采用现代工业技术加工食品，既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，又形成了较为复杂且庞大的产业链，创造了巨大的就业机会，成为了国民经济的重要支柱。食品工业不仅与人们日常生活休戚相关，而且对国民的基本生活、体质发展和身体健康安全具有广泛而又重要的影响。

食品工业是一个较为特殊的行业，其社会责任具有有别于其他行业企业的显著特征，主要体现在以下几方面：

——食品工业产业链的特殊构成使得主要位于中游核心地位的食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。食品工业产业链包含诸多环节，涉及上下游多个行业领域，如农业、畜牧业、渔业、食品工业生产、包装、储运、化学原料和化学制品制造业、食品商贸业、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或间接影响到食品终产品的质量和安全。作为产业链的核心环节，食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，从而确保对食品质量安全的全程控制和可追溯，打造“安全、放心、健康”的食品产业链；

——确保食品安全是所有食品工业企业的首要职责，它直接关系到食品工业企业乃至整个食品工业行业的生死存亡。安全性是任何食品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；

——食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（如营养补充、

促进人体健康、享受生活乐趣等)的日常消费品,对人们的日常生活具有举足轻重的影响。作为食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,成为了食品工业企业的基本职责;

——自然生态环境的优劣对于食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食品原料的生长和供应更是唇齿相依。这决定了保护自然生态环境不只是外在的社会压力要求,更是保障食品工业自身良性长久发展的根本要求,对于食品工业企业具有极为特殊的意义。

食品工业企业社会责任是企业履行社会责任内容和方式的综合,是从企业担负责任的角度对企业与社会关系的全面反映,

其行为宜体现以下要求:

——透明又合乎道德,能够致力于可持续发展体现社会福祉;

——遵循适用的法律法规且与国际行为规范一致;

——社会责任融入整个组织,并践行于组织关系中;考虑、尊重和回应利益相关方的利益;

——加强食品质量安全管理,推动食品产业链合作,确保食品质量安全;

——开发、生产和提供优质食品,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,尤其是推动农牧渔业食品原料生产基地建设,实现产业链共赢。

4.2 利益相关方

利益相关方是指在食品工业企业的决策或活动中与其存在利益关系的个人或团体。利益相关方的识别和参与是企业社会责任的基础,企业宜确定谁在其决策和活动中拥有权益,以便了解企业的影响及如何对待这些影响。

组织可通过以下提示性问题来识别利益相关方:

——企业对谁有法定义务?

——谁会受到企业决策或活动的积极或消极影响?

——谁有可能对企业的决策和活动表示关切?

——当类似关切需要处理时，以往曾涉及到谁？

——谁能够帮助企业处理特定影响？

——谁会影响企业担当责任的能力？

——谁若不参与就将会处于不利地位？

——价值链中谁将受到影响？

食品工业企业的利益相关方主要包括（但不限于）以下各方面：

——监管部门、政府管理者；

——所有者、股东、员工等；

——食品工业行业组织和同业组织；

——食品产业链上下游；

——媒体、科研学术机构、学术团体等；

——食品消费者；

——融资机构；

——社区；

——生态环境保护组织等；

——其他。

5 食品行业社会责任特定议题及其实施指南

5.1 概述

食品工业企业社会责任实践宜以社会责任通用基础标准和通用实践方法作为其技术基础，包括 GB/T 36000 所给出的社会责任主题和议题及其相关行动建议。本文件在 GB/T 36000-2015 所给出的社会责任主题和议题基础上，结合食品行业社会责任的特点，进一步详细给出了行业社会责任特定议题及其实施建议。

为了确保指南更具有针对性和可操作性，本文件并未严格按照 GB/T 36000 的社会责任主题和议题的分类和顺序给出食品工业企业社会责任特定议题。对于这些特定议题，有的可能涉及一个或多个 GB/T 36000 的社会责任主题和议题；有的虽与 GB/T 36000 的社会责任议题名称相同，但结合食品工业行业实际做了更进一步的细化或补充。

食品工业企业社会责任特定议题主要包括（但不限于）：

1) 食品质量与安全；

- 2) 营养与健康;
- 3) 价值链管理;
- 4) 水资源的节约、利用和保护;
- 5) 包装的绿色、节约和循环利用;
- 6) 促进社区发展;
- 7) 文化保护、传播和传承;
- 8) 消费者教育;
- 9) 特殊人群食品研发。

5.2 食品行业社会责任特定议题

5.2.1 特定议题 1：食品质量与安全

5.2.1.1 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 36000-2015 中的 7.7）。但对于食品工业企业社会责任标准而言，除涉及 GB/T 36000-2015 中 7.7 所述通用“议题描述”和“相关行动和期望”外，食品质量与安全还具有更加鲜明的行业特点。

影响食品质量与安全的因素繁多且复杂，涉及食品产业链各环节，包括食品原料的种植、养殖和储运，食品加工、包装、贮运、销售和消费等。系统化管理和产业链合作，是提高食品质量和保障食品安全的重要途径。

食品质量与安全不仅涉及国民健康和国计民生，更关乎食品工业企业的生死存亡，是食品工业企业社会责任实践的首要议题。

5.2.1.2 实施建议

对于食品质量与安全议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 建立和实施食品安全管理体系，以便最大限度地降低食品安全风险并满足法律法规要求，包括：通过实施 GB/T 22000 以确保食品链中的各组织有能力控制食品安全危害；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”全过程的食品安全危害的预防与控制；
- 2) 建立和实施质量管理体系，强化食品加工过程的产品质量管理，以确保食品质量得到稳定控制和提升；
- 3) 开展食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食品质量和安全管理持久保证和提升能力；

- 4) 制定企业食品质量与安全战略，强化社会责任意识，依法构建完善的食品质量与安全管理组织架构，加强相关宣传、教育和培训，强化全员的食物质量和安全管理意识和责任，构建良好的企业食品质量与安全文化；
- 5) 依法建立食品安全监测预警、风险防控和应急响应机制，强化从原辅料采购到加工储运和销售使用全过程的食品安全监管，规范应急处理流程，明确食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；
- 6) 开展负责任的供应链管理，建立并实施有效的食品质量与安全追溯系统和产品召回机制；
- 7) 依法保持食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；
- 8) 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促进食品质量与安全提升的计划和措施，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；
- 9) 发展新技术和新装备以提升产品的安全性和可靠性；
- 10) 优秀的企业宜打造食品安全标杆，形成示范引领，从而更好地推动食品安全示范城市建设。

5.2.2 特定议题 2：营养与健康

5.2.2.1 议题描述

“保护消费者健康安全”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 36000-2015 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 36000-2015 中的 7.8.8），在食品工业行业，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 36000-2015 中 7.7.4 和 7.8.8 所述通用技术内容外，营养与健康议题在食品工业企业社会责任实践中还具有鲜明的行业特点。为了促进健康，食品工业企业在食品加工环节，通过工艺或技术，还可以使其食品加工品具备“以调节人体机能来促进人体健康”的功能。

补充营养和促进健康是食品工业企业满足市场需求的安身立命之本，对于食品工业企业的生存和发展具有重要意义。此外，营养与健康问题还涉及广大国民体质的提高和健康状况的改善，对实现国家和地区经济社会发展战略目标具有重要影响。

5.2.2.2 实施建议

对于营养与健康议题，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，向公众普及营养健康知识、优化营养健康服务；
- 2) 积极配合《“健康中国 2030”规划纲要》《健康中国行动 2019-2030》等国家相关健康规划的建设和实施行动，向公众普及营养健康知识、优化产品和营养健康服务；
- 3) 通过开展营养研究，研发营养健康产品，使其更符合消费者营养需求；
- 4) 实施居民营养监测，对重点区域、重点人群实施营养干预，重点解决居民营养缺乏、部分人群油脂等高热能食物摄入过多等问题；
- 5) 在产品营销宣传方面开展营养健康教育及健康生活方式倡导等活动；
- 6) 针对不同地区、不同民族、不同年龄段群体的膳食特点和体质差异，在食品的生产中宜考虑满足不同群体的需要；
- 7) 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（农场、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，普及健康饮食等生活方式；
- 8) 开展营养健康扶贫，关注偏远及贫困地区青少年及儿童营养问题的改善，提供健康食品及营养产品支持；
- 9) 通过食品技术创新探索解决营养健康的途径。

5.2.3 特定议题 3：价值链管理

5.2.3.1 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 36000-2015 中的 7.6.5）。在食品工业行业，除涉及 GB/T 36000-2015 中 7.6.5 所内容外，该议题还具有鲜明的行业特点。

与其他行业不同，一方面食品工业企业的价值链较长，包含了从食品原料的种植、养殖和储运，到食品加工、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。

食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，既有助于食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。

5.2.3.2 实施建议

对于价值链管理议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 利用自身优势为农（牧、渔）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，促进其技术提升和生产操作的规范化；
- 2) 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；
- 3) 与包括供应商、经销商和消费者的价值链各方等共享信息，紧密协作，实现从食品来源、到交付客户全过程的快速追溯，以打造高质量的供应链管理流程；
- 4) 加强第三方电子商务平台的经销商管理，建立电子台账实现产品追溯，以更好地保护消费者权益；
- 5) 支持和发展订单农业，推动农（牧、渔）户向高质量、品牌化和现代化转型发展；
- 6) 响应并落实产业链上游产业扶贫、乡村振兴等国家战略；
- 7) 以公开、透明的方式，对采购价格与供应商尤其是农（牧、渔）户进行良好沟通。

5.2.4 特定议题 4：水资源节约、利用和保护

5.2.4.1 议题描述

“污染预防”“资源可持续利用以及环境保护”和“生物多样性与自然栖息地恢复”是组织社会责任核心主题“环境”的重要议题（见 GB/T 36000-2015 中的 7.5.3、7.5.4 和 7.5.6），在食品工业行业，水资源的节约、利用和保护是与这三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 36000-2015 中 7.5.3、7.5.4 和 7.5.6 所述通用技术内容外，水资源的节约、利用和保护议题在食品工业企业社会责任实践中还具有鲜明的行业特点。

食品工业对用水量和用水品质有较高要求，部分细分行业为高耗水行业。一方面，水是食品工业加工中的重要原材料，尤其诸如饮料、豆制品等的食品中，水甚至是主要原材料；另一方面，水是食品工业加工中清洗原材料的重要辅助介质，食品工业加工过程会产生大量的废水。

对于食品而言，水在食品生产过程中占有重要地位，水资源的节约、利用和保护具有极为重要的意义。致力于水资源的节约、利用和保护，对于食品工业行业企业而言，不仅是其对外部的公益行为，即为整个人类社会和环境的可持续发展做出贡献，更是其出于对生产成本（如耗水）和食品质量（如水质）乃至自身生存和长久发展的内部考量。

5.2.4.2 实施建议

对于水资源节约、利用和保护议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 提高水资源利用效率，例如：通过实施水资源循环利用计划，以减少在运输、生产以及服务过程中的水资源需求，促进水资源的可持续利用；
- 2) 提升水资源节约意识，杜绝因人为失误而导致的水资源浪费。通过开展节水培训，积极宣传和倡导节水，培育并形成良好的节水习惯和文化；
- 3) 鼓励并支持员工的节水计划和行动措施，尽可能减少企业日常运营中的水资源使用和浪费；
- 4) 尽可能采用低耗水的先进工艺、技术和设备，以减少生产过程中的水资源消耗；
- 5) 对现有工艺、技术和设备开展技术改造，以降低生产过程中的水资源消耗；
- 6) 在行业内积极分享节水和水资源管理经验；
- 7) 支持并鼓励供应链及需求侧共同实施水资源管理；
- 8) 注重水资源的保护，提高污水处理技术和能力，加大源头治污力度，提升水质；
- 9) 加强全流域水治理和水源地的生物多样性保护。

5.2.5 特定议题 5：包装的绿色、节约和循环利用

5.2.5.1 议题描述

“污染预防”“资源可持续利用以及环境保护”和“生物多样性与自然栖息地恢复”是组织社会责任核心主题“环境”中的重要议题之一（见 GB/T 36000-2015 中的 7.5.3、7.5.4 和 7.5.6），可持续消费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 36000-2015 中的 7.7.5），在食品工业行业，可持续包装与消费是与这四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 36000-2015 中 7.5.3、7.5.4、7.5.6 和 7.7.5 所述内容外，还具有鲜明的行业特点。

在食品工业行业，食品包装材料和容器在为人们提供生活便利的同时，也产生了大量包装废弃物。基于食品自身的产品特性以及食品安全、储运、消费和市场营销的需要（如为了密封、延长保质期等），除了少数裸装零售的食品外，对于大多数食品而言，最小的包装单元是很小的单件食品（如单块月饼、糖果、巧克力等），即使是整箱包装的食品，其内部的食物也仍然是分件单独包装。这种行业特性，导致了食品包装的用量及其废弃物极为庞大。对于大量作为礼品或出于市场营销目的而采用过度包装（如豪华包装）的食品，食品包装的浪费则更加惊人。食品本身的大量浪费（如丢弃）和食品包装的随处抛弃（如糖果纸、饮料瓶等）加重了环境的负担（尤其是不可降解的食品包装材料），也增加了资源的巨大浪费。

在食品工业行业，可持续包装（亦可称为绿色包装）是指将可持续发展理念融入食品包装的政策和实践中，以促进食品包装对社会和生态环境的积极影响，避免和尽可能减少消极影响。

5.2.5.2 实施建议

对于包装的绿色、节约和循环利用议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 积极开展可持续包装的宣传、教育和培训，提高全员尤其是最高管理层和各级管理者的相关意识、知识和能力；
- 2) 在确保食品质量和安全的前提下，以“经济、高效、环保”为原则，综合考虑食品加工、储运、销售和消费等各环节，积极开发和应用促进可持续包装的新技术、新工艺和新材料；
- 3) 制定鼓励和支持可持续包装的政策和措施，并应用于相关管理过程之中，如优先选用更具可持续性的食品包装解决方案；
- 4) 积极支持和参与有关可持续包装的行业倡议和产业链的共同行动；
- 5) 通过创新，合理利用食品包装材料，提高食品包装材料的利用率；
- 6) 在满足正常包装需求的前提下，尽可能减少包装材料的用量，避免浪费和过度包装；
- 7) 开展消费者教育，将可持续包装纳入消费者的可持续消费行动之中，以促进消费者对可持续包装的积极支持、参与和响应；
- 8) 积极鼓励和支持对食品包装材料的回收利用。

5.2.6 特定议题 6：促进社区发展

5.2.6.1 议题描述

社区参与和发展是组织社会责任核心主题之一（见 GB/T 36000-2015 中的 7.8）。但对于食品工业企业而言，除涉及 GB/T 36000-2015 中 7.8 所述通用“议题描述”和“相关行动和期望”外，还具有更加鲜明的行业特点。

社区处于食品工业企业价值链的源头，承担着食品工业企业的原料生产与供应责任。原料生产是否安全、供应是否长期稳定、是否可持续等问题成为影响企业食品质量与安全、营养与健康等议题的重要因素。食品工业作为重要的国民经济支柱之一，是劳动密集型行业，可以带动社区就业，推动社区发展特色产品，拉动地方经济发展，增加税收，与价值链上游的农民实现利益共享。食品工业行业发展可以改善社区即原料基地的产业结构，促进当地产业转型升级与协调发展，帮助保护地方生态环境。

5.2.6.2 实施建议

对于促进社区发展议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 坚持本地化雇佣，为当地社区创造就业机会；
- 2) 为社区提供高品质的生产资料，如种子、肥料、农具设备等；
- 3) 提供社区农业管理、农业可持续操作实践等技能培训与指导，推动社区在经济、社会、环境方面的可持续发展；
- 4) 优先在当地社区采购和投资，发展订单农业，推动社区向品质化、现代化转型发展；
- 5) 针对采购价格，以高效透明的方式与当地供应商进行良好沟通。

5.2.7 特定议题 7：文化保护、传播和传承

5.2.7.1 议题描述

“教育和文化”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 36000-2015 中的 7.8.4）。在食品工业行业，饮食文化的保护、传播和传承是与该议题密切相关，除涉及 GB/T 36000-2015 中 7.8.4 所述内容外，还具有鲜明的行业特点。

食品不仅是供人们享用的食物，而且还是饮食文化的重要载体，蕴含并承载着各地区和各民族宝贵的饮食文化。由于我国地域辽阔、民族众多和历史悠久，中华饮食文化丰富多彩，形式多种多样，内涵十分丰富，是各地区和各民族的文化瑰宝，具有极为重要的价值。从某种意义上来说，食品工业企业的食品研发、生产和销售过程，同时也是特定饮食文化的开发、挖掘、传播和传承过程。保护、传播和传承饮食文化既是食品工业企业自身生存和发展的一种本能的行为，也是其义不容辞的责任和使命。

5.2.7.2 实施建议

对于文化保护、传播和传承保护议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 企业宜在产品的包装、设计和宣传等方面体现文化传承性；
- 2) 企业宜制定文化保护规则，强化文化保护意识，开展相关文化传播活动；
- 3) 企业宜传承、保护食品工业中的非物质文化遗产，以及食品配方等传统的食品工艺、技艺等；
- 4) 将健康和安全理念融入饮食文化之中，引导和培育良性的饮食文化，如倡导科学合理有益于健康的膳食、倡导公众理性饮酒等。

5.2.8 特定议题 8：消费者教育

5.2.8.1 议题描述

“教育和意识”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 36000-2015 中的 7.7.9）。在食品工业行业，消费者教育是与该议题密切相关。除 GB/T 36000-2015 中 7.7.9 所述内容外，还具有鲜明的行业特点、

食品是一种特殊的产品，在安全健康、环境保护等诸多方面，除生产者需做出应有努力外，还需要消费者拥有相应的必要知识和技能、正确观念和良好习惯等，如：正确认识和理解食品标签、正确储藏和使用食品、了解与自身体质和健康状况有关的禁忌食品、非正确合理食用特殊食品的危害、食品包装废弃物对生态环境的危害等。

消费者是食品产业链的重要一环，具有极为特殊的地位。对其开展相关教育直接关系到食品工业企业社会责任实践其他各项议题的成败，不可或缺。

5.2.8.2 实施建议

对于文化保护、传播和传承保护议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 提供食品质量与安全相关知识教育，包括不合格食品以及不正确储藏和食用食品的可能危害等；
- 2) 提供饮食健康相关知识教育，帮助消费者建立科学、合理的膳食理念，引导消费者形成良好的饮食观念和习惯；
- 3) 开展食品科普教育，包括食品生产基本过程、食品标签和标识、食品添加剂、食品营养、食品储藏和使用、真假伪劣食品辨识方法等，以便正确掌握食品的挑选、储藏和使用的知识和技能，正确认识和理解食品工业；
- 4) 积极参与、支持和鼓励各类教育、研究机构和行业协会等开展有关食品的消费者教育活动；
- 5) 指导消费者正确使用产品，并向其警示已知或正常可预见的产品使用风险；
- 6) 在食品营销中禁止任何欺骗、误导和虚假宣传，尤其是需特别关注那些可能没有能力识别或评估潜在危险的弱势群体；
- 7) 尽可能使用简洁、醒目、易理解和易辨认的文字、符号和标识向消费者传递重要的食品安全和健康信息（如非转基因食品原料、食品安全认证、保质期等），最好采用国际公认的符号；
- 8) 引导消费者对感官（愉悦）体验产品建立理性消费习惯和健康消费理念，如理性饮酒等；

- 9) 引导消费者正确处理食品使用后造成的垃圾（包括包装废弃物），避免对环境产生负面影响，如正确处理废弃的口香糖等。

5.2.9 特定议题 9：特殊人群食品研发

5.2.9.1 议题描述

“保护消费者健康安全”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 36000-2015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 36000-2015中的7.8.8），在食品工业行业，特殊人群食品是与这两个议题均密切相关，除GB/T 36000-2015中7.7.4和7.8.8所述的内容外，还具有鲜明的行业特点。

特殊人群食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食品。由于此类人群的体质和健康状况的特殊性，一方面供普通大众食用的食品可能无法满足其营养和健康需求（如不能很好或无法消化和吸收等），有的甚至可能产生健康危害（如高糖食品对糖尿病人的危害等），另一方面，此类人群属于小众人群，易受到社会忽视和伤害，因此，针对不同特殊人群研发不同的食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，其安全与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，是食品工业企业义不容辞的责任。

5.2.9.2 实施建议

对于特殊人群食品研发议题，相关行动和社会期望包括：

- 1) 通过开展特殊人群营养研究，研发营养健康产品，为特殊人群消费者提供多元化营养健康产品和营养呵护；
- 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，推动全社会关爱特殊人群和重视特殊人群食品；
- 3) 在产品标识上明确标识特殊人群食品的特定适用人群，并说明相关作用和影响以及注意事项；
- 4) 可行时，利用自身行业优势，开展特殊人群营养健康扶贫，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，为其提供健康食品及营养产品支持。

参 考 文 献

- [1] GB/T 36000/ISO 26000:2010 《社会责任指南》
- [2] GB/T 19001—2016/ISO 9001:2015 《质量管理体系 要求》
- [3] GB/T 24001-2004/ ISO 14001:2004 《环境管理体系 要求及使用指南》
- [4] GB/T 45001—2019/ISO 45001 《职业健康安全管理体系 要求及使用指南》
- [5] 《2030 年可持续发展议程》，联合国 2015 年发布
- [6] 《“健康中国 2030”规划纲要》，中共中央、国务院印发 2016
- [7] 《健康中国行动（2019—2030 年）》，卫健委印发 2019