

安徽古井贡酒股份有限公司

2015 年度社会责任报告



二零一六年四月

安徽古井贡酒股份有限公司 企业社会责任报告

报告相关说明

一、报告编制范围说明

列入本报告范围的安徽古井贡酒股份有限公司所属企业包括：亳州古井销售有限公司、安徽龙瑞玻璃有限公司、亳州古井废品回收有限责任公司、上海古井金豪酒店管理有限公司、亳州古井汽车运输有限公司、亳州市古井宾馆有限公司、安徽金运来文化传媒有限公司、亳州古井包装有限公司、安徽瑞思威尔科技有限公司、安徽百味露酒有限公司、安徽源清环保有限公司。

二、报告编制时间说明

报告的时间跨度为 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，部分内容超过上述范围。

三、本报告释义

除非另有说明，以下简称在本报告中含义如下：

（股份）公司 / 古井贡酒指安徽古井贡酒股份有限公司
古井集团 / 集团（公司）指安徽古井集团有限责任公司
销售公司指亳州古井销售有限公司

四、数据来源

除特殊说明外，本报告数据均来源于公司内部报表和相关统计。

五、货币

本报告所使用的货币单位为人民币（元）。

六、报告参考标准

1、中国社会科学院经济学部企业社会责任研究中心《中国企业社会责任报告编制指南》（CASS-CSR 2.0）

- 2、深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》
- 3、中国工经联《中国工业企业及工业协会社会责任指南》

公司概况

一、公司简介

安徽古井贡酒股份有限公司是中国老八大名酒企业，是中国第一家同时发行 A、B 两支股票的白酒类上市公司，坐落在历史名人曹操与华佗故里——安徽省亳州市。公司的前身为起源于明代正德十年（公元 1515 年）的公兴槽坊，1959 年改制为省营亳县古井酒厂。

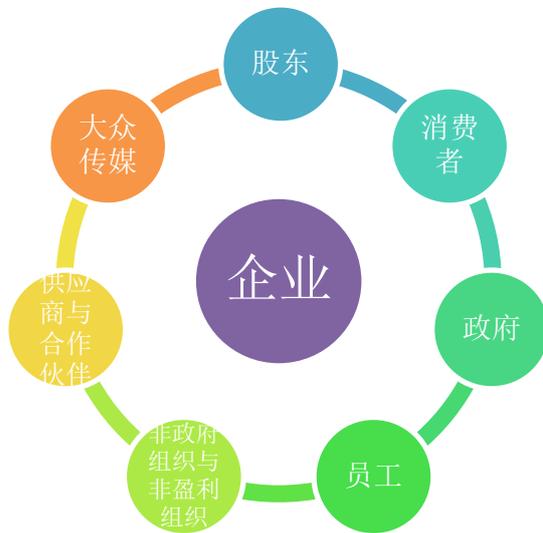
古井贡酒是公司的主导产品，其渊源始于公元 196 年曹操将家乡亳州产的“九酝春酒”和酿造方法晋献给汉献帝刘协，自此一直作为皇室贡品；曹操也被史学界命名为古井贡“酒神”；古井贡酒以“色清如水晶、香纯似幽兰、入口甘美醇和、回味经久不息”的独特风格，四次蝉联全国白酒评比金奖，是巴黎第十三届国际食品博览会上唯一获金奖的中国名酒，先后获得中国驰名商标、中国地理标志产品、国家重点文物保护单位、国家非物质文化遗产保护项目、安徽省政府质量奖等荣誉，被世人誉为“酒中牡丹”、“中华第一贡”。目前公司主打产品古井贡酒“年份原浆”，以“桃花曲、无极水、九酝酒法、明代窖池”的优良品质被全国政协会议两次指定为专用高档白酒，被安徽省委省政府指定为接待专用酒，成为上海世博会安徽馆战略合作伙伴唯一指定用酒、2010 年中国—东盟博览会合作伙伴唯一指定用酒、2012 年韩国丽水世博会中国馆“全球合作伙伴”、国家外交部“国礼”用品，并独家总冠名 CCTV“感动中国”人物评选活动、2013 年获得安徽省政府质量奖、2014 年古井贡酒被指定为 2015 年米兰世博会中国馆全球合作伙伴、米兰世博会唯一中国白酒服务企业。2015 年公司荣获“中国最受投资者尊重的百家上市公司”，安徽古井贡酒股份有限公司多年来一直位列中国白酒企业前十强，2008 年 10 月古井酒文化博览园被国家旅游局批准为 AAAA 级旅游景区，这也是中国

白酒业第一家 AAAA 景区；2013 年 5 月古井贡酒酿造遗址荣列全国重点文物保护单位，在中国白酒行业首屈一指，国家级文物最多、体量最大、历史最为悠久。

二、股本结构

股本总额 503,600,000 股。其中：人民币普通股为 383,600,000 股，占比 76.17%（安徽古井集团有限责任公司持股 271,404,022 股，占 53.89%）；境内上市外资股为 120,000,000 股，占比 23.83%。

三、利益相关方



消费者——产品质量与服务品质

股东——投资回报与股东权益

政府——纳税与遵守法纪

员工——职工权益与职业发展

非政府组织与非盈利组织——支持与对话

大众传媒——监督与对话

供应商与合作伙伴——共赢与协作

四、公司履行社会责任的理念、使命和价值观

（一）公司理念：忠诚、贡献、共享

古井“贡献”文化起源于东汉末年曹操献酒，1800 多年的历史洗礼与文化传承使古井贡酒的贡献文化越发厚重。最终形成了以“中华第一贡”为旗帜，以“贡”字为核心，以“忠诚、贡献、共享”为理念的企业文化。在履行社会责任的道路上，企业仍坚持“忠诚、贡献、共享”的理念，认真践行一个上市公司对社会的责任。

（二）公司使命：贡献美酒、乐享生活

从贡酒到贡献，从共享到共赢，是自古以来古井人一以贯之的理想。简单工作、快乐生活，是现代人的追求，是具有普世价值的生活理念。把二者合起来，贡献美酒、乐享生活，即是企业理念、社会理念的充分结合，也是体现古今一体、返朴归真的人生观。

（三）公司价值观：做真人、酿美酒、善其身、济天下

古井人秉承酒神曹操缔造“中华第一贡”的贡献文化，以做最真实的人、酿造中国最好的酒、提供最好的产品与服务、每位员工在工作上、生活上等方面守住底线，坚持理想信念，在不断改造客观世界的过程中改造主观世界，完善自我、提高自我。“济天下”即主动承担社会责任，做优秀企业公民，包括回报股东价值，与客户、员工、各利益相关方共享利益，并积极行善、贡献社会、传递企业正能量。这是我们崇高的追求。

公司治理和风险控制

一、公司治理

（一）健全三会决策程序，不断提升治理水平

完善的公司治理是保障利益相关者利益、实现可持续发展的基石。公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定，建立健全了规范的公司治理结构，形成了以股东大会、董事会、监事会及公司管理层为主体结构的决策与经营管理体系，依法履行《公司法》和《公司章程》所规定的各项职责。

本着决策民主化、科学化的原则，公司建立健全了“三会一层”决策监督程序，完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理办公会议事规则》。

报告期内，公司通过不断健全法人治理结构，优化各机构责任机制与制衡机制，建立起权利与监督机构外部化、决策执行机构内部化的治理架构，建立健全产权明晰、权责明确、管理科学的现代企业治理。

（二）创新模式开创古井 5.0 时代

我们按照“站在月球看地球，跳出古井做古井”的思维方式，从用户角度出发，将公司产业链条统筹规划，率先提出打造古井 5.0 时代，为中国白酒发展探索了一条新路向。2015 年，继北京品牌体验店之后，深圳、上海品牌体验店分别启用和开建，标志着 5.0 战略落地的肇始。公司率先行动推进实施“运营五星级”。

二、风险控制——加强风险防控，建立全方位风险防控体系

为保障企业正常运营和持续发展，公司按照相关法律法规要求，深入开展风险管理工作，狠抓制度建设和源头控制，不断完善企业内部控制体系，深化法律风险管理，强化腐败预防与惩治，并定期对企业面临的各类风险进行评估，及时制定风险管理策略和解决方案，确保各类风险处在受控状态。

（一）深化风险管理工作，促进危机应对能力

2015 年以构建风险管理体系，初步实现分层分级管理为重点。制定并开展了内部风险管理体系建设活动，对各单位业务人员及管理层进行实务培训与理论辅导。通过各单位业务流程梳理、风险点排查、应对措施拟定等过程督导，已初步完成公司风险管理体系的构建，后期将逐步督导各单位按公司级、中心级、业务单位级风险点进行分级管理与应对。

（二）开展公司内控评价，强化内部监督流程

开展公司内部控制自我评价，按时完成报告披露。内控评价以发布的内控管理手册和制度汇编为基础，重点评价公司内部销售、采购、生产、人力资源、财务等相关环节，对于发现的内控缺陷，提出相应整改建议，并举行“内控风险责任书签订”、内控风险“晒”出来等等，强化监督。

（三）深入推进反腐倡廉建设，健全惩治与预防腐败的长效机制

深入贯彻落实中央八项规定，扎实开展“三严三实”专题教育工作；认真开展廉洁风险排查，将党风廉政建设要求和内部控制指引相结合，将廉洁风险与经营风险、财务风险等同排查、同评估、同检查；坚持党风廉政建设责任书、承诺书与经营目标责任书同步签订，使党风廉政建设工作融入公司经营管理各个环节；坚持进行党委中心组学习和党课教育，开展“党风廉政教育宣传日”活动，提高党员干部思想政治修养。确保员工队伍尤其是各级高管团队廉洁从业，促进企业全面可持续发展。

股东责任

一、公平信息披露，保障股东知情权

报告期内，公司严格按照中国证监会要求和《深圳证券交易所股票上市股则》的相关规定，本着“公开、公平和公正”的原则，认真、及时的履行了公司的信息披露义务，并保证了公司信息披露内容的真实、准确和完整，没有出现任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，使公司所有股东均平等的获得公司所公告的全部信息，在日常接受投资者电话咨询及网络平台提问时，不存在泄漏公司非公开信息的行为，这从根本上保障了股东对公司信息的知情权。

二、保持良好的投资者关系

公司高度重视投资者关系管理，通过热情接听投资者热线、接待投资者来访等方式，与投资者进行沟通交流，增进投资者对公司的了解，增强公司运作的透明度；通过深交所“互动易”、留言板等多种

途径，与投资者进行良性互动，及时回复投资者提出的问题，虚心接受广大投资者对公司生产经营、战略发展等方面提出的建议，促进公司健康、稳步、持续发展。

三、制定长期利润分配政策，积极回报股东

为满足利益相关方的诉求，公司着眼于长远和可持续的发展，综合考虑公司实际情况和发展目标，充分考虑和听取公司股东（特别是中小投资者）、独立董事和监事的意见，建立对投资者持续、科学、稳定的回报规划与机制，从而对利润分配做出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性。

公司近三年分红方案

年度	股利分配方案
2015 年预案	10 派 1.00 元（含税）
2014 年方案	10 派 2.00 元（含税）
2013 年方案	10 派 3.50 元（含税）

创造客户价值

一、深入践行“135 精益质量”五项行动，确保产品质量安全

近年来，公司始终将产品质量和食品安全管理放在至关重要的地位，实施从原料进厂到产品出厂、销售及售后服务等全产业链的全方位质量管控。公司秉承“质量为天”的质量理念，牢固树立食品安全红线意识，公司构建了“135 精益质量管理模式”，该模式以卓越绩效为统领、以质量/食品安全/诚信三大体系为保障，以“精益质量五项行动”为具体落实，全面把关生产各环节，将质量和食品安全管理上升到企业战略发展的高度。2015 年，“135 精益质量管理模式”在公司范围内纵深推进，并以成果独具“创新性和示范引领性”被国家工信部授予“2015 年度全国工业企业质量标杆”。

报告期内，公司以“食品安全零风险、产品质量零缺陷、产品检测零偏差”为终极目标，努力营造“人人创造质量、人人享受质量”

的良好氛围，通过一系列卓有成效的质量和食品安全措施的落实，切实保障了产品质量和安全，在全国质量月期间，公司主打产品“古井贡酒·年份原浆”连续三年获得“全国质量检验稳定合格产品”荣誉。

二、加强品牌建设，树立产品形象

（一）品牌国际化征程成效显著

公司落实品牌规划大纲，完善品牌体系规范，进一步规范古井贡品牌的形象识别系统和古井贡品牌推广应用系统。2015 年度古井贡酒荣获“2015 中国最受投资者尊重的百家上市公司”殊荣。2015 年古井贡酒的品牌价值突破 375.55 亿元。同时，古井贡酒跻身亚洲品牌 500 强、2015 胡润品牌榜 200 强及 BrandZ 中国最具价值品牌 100 强。

（二）“年份原浆”商标成功注册

2008 年 11 月，公司向国家商标局提出了“年份原浆”商标的注册申请，期间经过复审、公告、异议答辩、裁定等环节，历时近 7 年，2015 年 8 月终于获得国家商标局准予注册。“年份原浆”的成功运作将彻底改写古井历史，将古井贡酒从之前的低端价位拉升至中高端品牌，为企业转型提供强大的品牌动力支撑。

三、客户关系管理

（一）供应商关系管理

报告期内，公司制定反对商业贿赂的办法，完善公司法人治理结构，健全公司的各项规章制度，修订完善了公司招投标管理办法、工程项目采购管理办法、货物与服务采购管理办法、采购定价实施细则，进一步加强财务资金管理、合同管理、内部审计管理和风险点控制管理，为反商业贿赂的有效落实筑起了制度的“防火墙”。建立公平公正的环境，保障供应商的“公平竞争”权利。

公司严格遵守合同约定，每月在规定时间内对供应商进行付款，并提前通知供应商进行付款金额的确认，从未有拖欠供应商贷款的现

象，保障供应商的资金链正常。

公司以“双赢”为目标，创新管理模式。一是积极探索“质量控制”前移，实现门到门、线到线的送料模式，在确保产品质量的前提下，最大限度降低公司及配套企业的运营成本，实现“双赢”。二是建立和完善供应商管理体系，实现管理的规范化、制度化，以业绩引领供应商发展。三是加大“飞行”检查的力度，每月组织对供应商进行突击检查，同时规范检查的内容，检查得分与其绩效挂钩。四是加强对供应商的改善指导，结合“飞行”检查结果，提出改善建议，帮助供应商进行管理改善，提升其管理水平。

（二）经销商关系管理

报告期内，公司坚持厂商共赢一体化战略，持续优化客户布局。强化实施经销商评估，加大对经销商的阶段性目标的考核、考评，淘汰了一批不合格的经销商，优化了经销商的合作模式；加强对经销商的培训与支持，稳定发展经销商队伍，同时，公司组织开展新加盟经销商培训，促使全面了解古井企业文化，认同古井营销理念，熟悉公司工作流程，提振经销商信心，与古井保持高度同步；市场的客户结构与产品布局日趋合理。

（三）打好维权监管组合拳，持续净化市场环境

报告期内，公司严格执行《销售合同》、《市场费用管理规定》、《市场监管办法》、《价格监管办法》，保持打假高压态势，加强市场督导作用，本期协助工商等行政机关查办假酒案件 496 起，处罚 245 起，查扣、没收、销毁侵权产品 43621 瓶；办理民事诉讼案件 186 起，法院判决、调解或裁定 120 起。通过不断净化市场环境，全力维护消费者合法权益。

重视员工发展

公司坚持在保障员工合法权益的同时，关注员工身体健康，注重员工职业素养，加强对员工的劳动保护。

公司以“人才比产品更重要，成长比成功更重要”的人才观，倡导尊重知识、尊重人才，始终是企业做好经营管理工作的重要前提，也是一个企业持续发展的动力源泉。为了营造“人正事正 公平公正 风清气正”的“三正”生态，公司坚持内部空缺岗位公开选拔和竞聘上岗，并逐步建立市场化的竞争择优人才选拔体系，为更多优秀人才提供成长平台。

一、围绕“三核人才”培育培养，加速员工成长

2015 年开展后备人才遴选工作，实施了人才测评；加强过程跟进与评估，制订了《后备人才“一对一”跟进培养实施方案》；经过培训体系建设、重点培训项目和日常培训的落实，2015 年内训共计 37,168 人次，累计培训学时 95,915 学时，人均学时为 12.92 学时，为公司的发展提供了强有力的支持。

二、积极改善员工待遇，共享公司发展成果

公司一直以来始终坚持发展成果与员工共享，建立以业绩为导向的考核分配制度，努力提高员工薪酬和福利待遇的基础上，向一线岗位、关键岗位倾斜，做到公平公正、多劳多得。不断完善分类分层的业绩考核与薪酬分配体系，加强绩效沟通与面谈，强化动态管理，实现了 360 服务评价的在线测评，促进管理效能提升。在积极探讨实行个性化的考核机制和激励政策，确保员工工资合理、有序增长。

公司依法保障职工的劳动合法权益，遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，严格保护劳动者的劳动权利，向劳动者提供平等的就业机会和公平的就业条件，遵循平等自愿、协商一致的原则，与所有新入职的员工签订劳动合同，劳动合同签订率达到 100%，劳动用工备案率 100%，切实保障职工的劳动合法权益。同时，利用公司 e-HR 系统，为员工建立电子档案，并及时完善员工电子档案数据。

公司健全各项社会保险制度，按规定及时为员工缴纳养老、失业、

工伤、医疗、生育保险和住房公积金，并为员工办理补充医疗保险。为了体现公司对员工的关怀与关爱，公司每年组织一次免费健康体检、为员工上下班提供免费班车、为有需要的员工提供公寓及家属院；同时公司还为员工建立了午餐费、供暖费、防暑降温费等福利补贴项目；此外，每逢“三节”（端午节、中秋节、春节）公司都会为员工送上节日福利，让员工感受到古井大家庭的温暖。

强化安全生产

公司根据《安全生产法》建立制定了以《股份公司安全生产管理办法》、《安徽古井贡酒股份有限公司 6S 管理办法》为核心的安全现场管理制度，严格执行制度，强化对目标完成情况的考核，始终坚持“安全第一，预防为主，综合治理”的方针，按照“零容忍，零隐患，零漏洞”和严格落实“查改防”的工作方法，严格预防、过程和结果的全过程管控，参照白酒企业《安全标准化》开展各项安全管理工作。

全年安全生产实现“四无”目标，首次实现生产现场轻伤 0 人次，无职业病发生，超额完成预算目标。

公司通过安全生产教育和培训，根据不同培训对象，确定不同的培训内容，分级分类，量身定做，加强安全责任人、安全管理人员、关键岗位人员和员工的安全培训工作，从三级教育到专业培训，从上到下开展全员培训，切实提高全体员工安全技能；安全管理人员积极参加注册安全工程师考试，努力提升专业技能；同时创新培训形式，丰富培训内容，采取同类车间 PK 赛、全公司安全团体赛等形式，以无范围、无题库的模式注重安全知识的实用性，通过多渠道宣贯安全文化，全方位提高员工安全意识。

环境保护与可持续发展

经济可持续发展、有竞争力的企业、和谐社会、能源有效利用以及环境保护等五大主题是中国接下来很长一段时间内的重心。

多年来公司始终坚持“清污分流治理、废物综合利用、节能减排

降噪、提升环境绩效”的环保原则，认真履行环保责任，实现了企业发展与生态文明建设的有机结合，得到了社会各界的充分肯定。2015年，安徽省环保厅组织开展了2014年度安徽省国控及涉铅企业环境信用评价工作，经专家初评、处室核查、结果公告、复核，经2015年第13次厅长办公会议审定，我公司被评为一级“环保诚信企业”。

公司充分利用“六·五世界环境日”宣传月契机，在公司内部积极开展环保知识培训、“环保之旅”等多种形式宣传培训活动，强化员工环保意识，普及环保知识教育。

多年来，公司模范遵守环境保护法律法规，工业污染物排放达到国家及地方有关排放标准和污染物总量控制要求，未发生环境污染事故，多次被评为“亳州市环境保护先进单位”。

打造和谐的公共关系

公司多年来一直高度重视企业社会责任，把公益事业纳入企业发展规划，积极参与社会公益活动，探索自身成长与贡献社会兼具的商业运行模式，有效提升了公司品牌影响力。

一、加强新闻媒体沟通交流，引导舆论宣传与监督

新闻媒体对企业社会责任具有宣传和监督的双重作用，随着新闻报道的时效性、透明度、公正性不断增强以及近些年来企业社会责任成为新闻媒体关注的新焦点，新闻媒体对企业履行社会责任的监督和宣传力度不断加大。公司通过企业内部媒体关系整合、媒体见面会、媒体合作等方式加强沟通交流，在引导媒体公正报道的同时，增强企业的品牌影响力。

二、积极开展公益事业，提升企业品牌影响力

1、地区建设。①提供就业岗位，为当地解决就业问题；②免费为古井社区处理污水，保护生态环境；③收购当地粮食，为农民提供服务。

2、支援教育。公司每年开展“金秋助学”活动。

- 3、承担社会责任：节假日拜访孤寡老人、定点帮扶特困户等。
- 4、文化传播。赞助“感动中国”、“心动安徽”、“中国文化遗产知识大赛”等公益活动。
- 5、AAAA 级古井博物馆免费向中小學生、游客参观、学习；并进行有奖问答互动，增加他们的白酒知识，了解更多的白酒历史文化。

展望 2016

2016 年，面对新的发展机遇和挑战，古井贡酒将继续坚持以为消费者提供完美的饮酒体验及文化体验为目标、以“做中国最受欢迎、最受尊重的白酒企业”为愿景，努力提高公司综合实力，切实履行社会责任。

认真贯彻落实董事会作出的各项决议，切实维护和保障公司股东的合法权益，公司将以公开、公平、公正的信息披露为原则，加强与股东的对话交流；公司将继续完善治理结构，强化内控建设，推动风险管理，全面提高公司治理水平，加快提升综合经营能力，增加收入与利润，保障股东与债权人的合法权益；公司将实施原粮绿色、无公害采供，严格执行食品安全和质量管理要求，严格管控生产工艺流程，持续打击假冒伪劣产品，净化消费市场，完善客户服务体系，提高消费者满意度，对消费者负责；公司将在岗位梳理、考核基础上，加大激励范围和力度，规划员工职业生涯，逐步建立与战略业务相匹配的人力资源管理体系，实现公司与员工的共同成长，做到对员工负责；公司将深入贯彻环保节约的理念，以取得资源利用与环境友好方面的进步，做到对环境保护负责；公司将优化慈善管理，开展社会公益活动，倡导健康理念，竭诚回报社会。