

安徽古井贡酒股份有限公司

2014 年度社会责任报告



二零一五年四月



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、亳州市古井玻璃制品有限责任公司、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、上海弘邦文化传播有限公司、安徽瑞思威尔科技有限公司、安徽百味露酒有限公司。

二、报告编制时间说明

报告的时间跨度为 2014 年 1 月 1 日至 2014 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 1.0)

- 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 年转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 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 年米兰世博会米兰世博会中国馆全球战略合作伙伴、米兰世博会唯一中国白酒服务企业。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

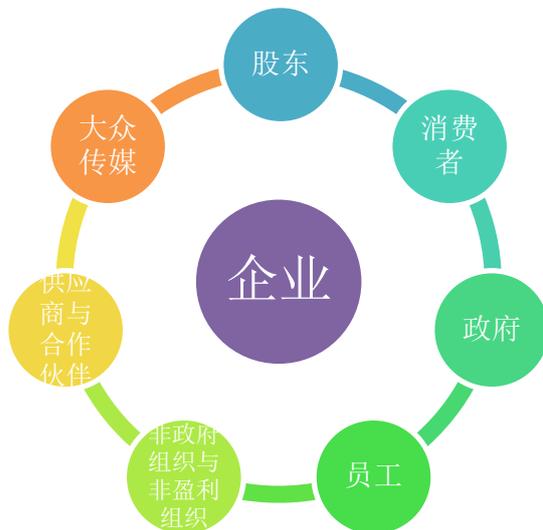


月古井酒文化博览园被国家旅游局批准为 AAAA 级旅游景区，这也是中国白酒业第一家 AAAA 景区；2013 年 5 月古井贡酒酿造遗址荣登“国保”，在中国白酒行业首屈一指，国家级文物最多、体量最大、历史最为悠久。

二、股本结构

股本总额 50360 万股。其中：人民币普通股为 38360 万股，占比 76.17%（安徽古井集团有限责任公司持股 27135.4022 万股，占 53.88%）；境内上市外资股为 12000 万股，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企业责任。

（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、酿造中国做好的酒、提供最好的产品与服务、每位员工在工作上、生活上等方方面面守住底线，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——提升企业治理水平，建立现代企业治理

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。自上市以来，公司严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》及其它相关的法律、法规、规范性文件的原则和要求，在实践中不断完善法人治理



结构，规范公司运作。

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、 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

2014 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層进行实务培训与理论辅导。针对影响公司的安全生产、舆情信息、环境保护等 7 个方面的重要风险点进行评估及拟定应对措施，撰写专题评估报告。

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，并进行后续跟踪检查。

组织对于采购、设备管理、基建维修等环节的招标、议标 109 次



现场监督,并积极参加原材料采购定价、购买器材现场考察、厂区酒糟出售测试等环节,通过事前、事中监督与评价,不断促进采购业务流程的规范与完善。

(三) 加强反腐倡廉建设,打造廉洁从业队伍

在国家反腐倡廉工作的引导下,公司依托内控体系建设的成果,整体推进教育、制度和监督并重的惩治和预防腐败体系建设,不断深化反腐倡廉制度体系。公司通过参加集团公司开展的“群众教育路线”活动、“创先争优”活动、“查隐患、补漏洞、强管理”工作以及日常反腐倡廉活动,从思想根源挖掘队伍内部存在的问题,认真剖析并追踪改善,以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、制定长期利润分配政策,积极回报股东

为满足该利益相关方的诉求,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,于2012年7月25日建立对投资者持续、科学、稳定的回报规划与机制(即《安徽古井贡酒股份有限公司股东回报规划(2012年—2014年)》),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和稳定性。

公司近三年分红方案

年度	股利分配方案
2014 年	10 派 2.00 (含税)
2013 年	10 派 3.5 (含税)
2012 年	10 派 5.00 (含税)

创造客户价值

一、构筑质量长城，为产品保驾护航

食品安全是人类社会繁衍、生息、发展不可或缺的永恒主题，是人类生命安全最重要、最基本的前提，因此严把食品质量安全是每一个食品饮料企业不可推卸的社会责任。

公司坚守“向生产要质量、向质量要口感、向口感要风格”的生产理念。质量是企业的生命线，向生产要质量，就是坚持“质量为天”，以生产合格且满足消费者需求的产品作为生产过程中的基本要求。

报告期内，公司致力于打造坚如磐石的质量体系，按照“严循工艺流程，一丝不走样；恪守食品标准，一毫不逾越；加大各环节监控力度，一刻不放松”的指导方针，以坚定管控质量，纵深推进技术创新。全员参与，将精益管理融入质量管理，由此生发出了具有古井属性的质量管理长效机制；全面突破，科研工作取得累累硕果；2014 年，公司研讨制定了“135”质量管理模式，即以卓越绩效管理为统领，通过质量、食品安全和诚信管理体系的高效运行，以及精益质量五项行动的强力推进，持续优化和提高公司的产品质量，提升公司的质量水平和经营业绩。

二、加强品牌建设，树立产品形象

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。在 2014 年华樽杯



第六届中国酒类品牌价值评议中，古井贡酒以高达 305.52 亿元的品牌价值位列安徽省第一名，中国白酒第六名。古井贡酒在华樽杯酒类品牌价值评议活动中，连续两年中国白酒六强的位置居高不下。荣获 2014 华樽杯中国十大最具国际竞争力品牌，成为国家品牌形象的代表。

三、客户关系管理

（一）供应商关系管理

报告期内，公司动态管理供应商，紧抓采购质量，“天跟进、周汇报”质量问题解决进度；创新制度优流程，多样激励促成长。同时定期召开供应商沟通会，帮助供应商提升供应质量，实现合作共赢。

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，优化了一批经销商的合作模式；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）保持打假维权高压态势，持续净化市场，维护消费者利益

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 390 起，处罚 129 起，查扣、没收、销毁侵权产品 21807 瓶。其中：本年度共办理仿冒我公司产品案件 24 起。工商处罚案件完成年度预算的 97.50%。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。

报告期内，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，公司每年举行一次全员健康体检，建立个人健康档案。公司每逢传统佳节为员工发放福利产品、组织员工子女参加夏令营、“金秋助学”行动，帮助困难员工子女顺利上大学，针对夏天天气炎热问题，提前宣传防暑知识，做好防暑降温措施，免费发放防暑药品，开



展夏日“送清凉”活动到基层。

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,按照“一岗双责”和“谁主管、谁负责”的原则,建立目标管理责任制。在报告期内,始终坚持“安全第一,预防为主,综合治理”的方针,每季度组织召开安全生产工作例会,全面完成年初制订的各项安全目标,顺利实现了安全生产“无死亡、无重伤”的目标。

通过单位自查,外请专家帮助查,全方位、多角度开展安全隐患排查。报告期内,累计排查安全隐患 1347 项,完成整改 1000 多项,剩余项正在分步整改。同时积极做好日常施工监管,保证了零伤亡;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。

报告期内,公司着重打造“绿色节能”工程。实现从单纯的“计量”职能向“能源+计量”转变,建立能源管理体系,向能源节约要效益;实现环保“对内”职能向“内+外”转变,不遗余力地推进古井及周边环境治理,旨在打造我们共有的美丽古井城。

公司深入开展“6.5 世界环境日”宣传活动,提高了员工的环保意识;通过完善环境信息公开资料,开展在线监控第三方运营(山西中绿环保)、手工自测及第三方监测(山东恒诚检测),赢得公众信任。

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、文化传播。赞助“感动中国”、“心动安徽”等公益活动。

4、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 2015

2015 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，利用信息系统大数据增强公司战斗力。

未来白酒市场的竞争，不仅是综合实力的较量，更是信息系统大数据时代的比拼。2015 年，公司将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，积极、扎实地做好公司的各项工作，在完成全年目标的同时，公司将一如既往守法经营，依法纳税，对国家负责；将加快提升综合经营能力，增加收入与利润，对股东负责。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，净化消费市场，对消费者负责；将以人为本，搭建发展提升平台，共享企业发展成果，对员工负责。古井贡酒将切实推动企业履行社会责任，诚信经营，实现可持续发展，促进社会经济发展。