



CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

CSR2015

社会责任报告



山西杏花村汾酒厂股份有限公司

SHANXI XINGHUACUN FEN WINE FACTORY CO.,LTD.

地址：山西省汾阳市杏花村 邮编：032205

电话：0358-7329321 Email: sxfj@fenjiu.com.cn

山西杏花村汾酒厂股份有限公司
SHANXI XINGHUACUN FEN WINE FACTORY CO.,LTD.

REPORT DESCRIPTION

报告说明

本报告是山西杏花村汾酒厂股份有限公司发布的2015年度社会责任报告。

◎ 时间范围

本报告覆盖2015年1月1日至2015年12月31日，部分内容超出上述范围。

◎ 称谓说明

为便于表述和方便阅读，山西杏花村汾酒厂股份有限公司在本报告中也以“山西汾酒”、“公司”和“我们”表示。

◎ 报告组织范围

本报告范围涵盖山西杏花村汾酒厂股份有限公司及下属单位。

◎ 数据来源与说明

本报告披露的财务数据如与公司年度财务报告有出入，以财务报告为准；其他数据以2015年为主，并适当追溯以往年度数据。本报告所涉及货币金额以人民币作为计量币种。

◎ 可靠性保证

公司2015年社会责任报告披露的信息真实，客观反映了对企业运营的经济、社会和环境成果。

◎ 报告参考标准

《中国工业企业社会责任评价指标体系》、《中国工业企业社会责任指南实施手册》，同时突出山西杏花村汾酒厂股份有限公司的企业特点和行业特色。



目录 CONTENTS

关于我们 ABOUT US	03	品质责任——质量把关 坚守责任 QUALITY RESPONSIBILITY RESPONSIBILITY FOR QUALITY CONTROL, STICK	21	经济责任——凝聚力量 再铸辉煌 ECONOMIC RESPONSIBILITY STRENGTH IN ZAGZHUHUANG	27	环境责任——绿色发展 和谐共处 ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY GREEN DEVELOPMENT HARMONY	33	相关方责任——携手相伴 实现多赢 RELATED PARTY LIABILITY ACCOMPANIED HAND IN HAND TO ACHIEVE A WIN-WIN	39	硕果累累 ACHIEVEMENT COUNTLESS	49
董事长致辞 公司概况 公司治理 内控管理 文化理念 品牌建设 产品特点 组织机构图 绽放甲等荣誉		体系建设 风险监控		科研创新 管理优化 生产转型 机制创新 物流创新 互联网+ 安全生产		循环经济 节能降耗 绿色成效		股东：稳健发展 价值回报 客户：用心服务 真诚永远 供应商：公开公平 共荣互进 经销商：合作共赢 共同成长 员工：以人为本 和谐发展 社区：大爱无疆 清香无界			



01



CSR 2015

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

社会责任报告

关于我们

ABOUT US

董事长致辞
公司概况
公司治理
内控管理
文化理念
品牌建设
产品特色
组织机构图
绽放甲等荣誉

CHAIRMEN
SPEECH

董事长致辞

岁月不驻，责任永恒。2015年是“十二五”收官之年，也是承启“十三五”的关键之年。面对行业严峻形势，公司积极改革创新、转型应对，紧紧围绕“拓宽营销模式，创新体制机制，促进管理优化，稳定企业发展”的年度经营方针，立足全局，顺势而为，通过营销组织、市场布局、产销协调、内部管理等方面的变革，实现了各项经济指标的企稳回升。2015年，公司实现营业收入41.29亿元，同比增长5.43%，实现利润5.21亿元，同比增长46.34%，实现利税19.61亿元，同比增长26.76%。

汾酒，作为中国白酒的典型代表，是中国白酒产业的奠基者，是传承中国白酒文化的火炬手，是中国白酒酿造技艺的教科书，是见证中国白酒发展历史的活化石，是中国白酒产业滚滚向前的洪钟大柱，是中华上下五千年文明进程的同行者、见证者、记录者，汾酒以最干净健康的生态发酵工艺和卓越精湛的清香品质引领着中国白酒的国际消费潮流。

2015年，公司建立了产品质量可追溯体系，推行全产业链管理，食品安全内控率先采用国际标准，以高度的社会责任感为消费者提供“舌尖上的优质酒”；经营管理再上新台阶，标杆化管理工作逐步推行，公司产能规模化、装置机械化和自动化取得突破，打造了全国一流的保健酒生产基地和白酒现代化生产物流基地；举办以“汾酒荣获巴拿马甲等大奖章”为主题的系列营销活动，展现了汾酒“中国酒魂”的品质文化自醒和品牌自强；继续推进营销模式创新，按照市场化机制，积极探索多渠道、新模式的混合所有制改造，与渠道运营商、投资机构开展战略合作，激发营销活力；推进科技资源与产品资源开放共享，充分释放创新活力；不断挖掘品牌公益项目的核心价值，开展一系列慈善及扶贫帮困活动，积极回馈社会。

2016年，我们将高举“中国酒魂”的品牌文化大旗和“国际标准”的品质标杆大旗，为高品质产品的研发、生产与销售，贡献“汾酒力量”；我们立足绿色发展，促进环境友好发展，为公司股东、员工、合作伙伴创造价值，践行“用心酿造 诚信天下”的品牌承诺；我们将继续打造开放的创业创新平台，支持科技创新转化生产力，坚持责任与时代同频、责任与使命同行、责任与发展同步，致力于推动人与自然和谐发展、员工与企业携手成长、企业与社会共同进步，谱写履行社会责任新篇章。

董事长：



THE COMPANY BRIEF INTRODUCTION

公司概况

山西杏花村汾酒厂股份有限公司于1993年12月组建成立，1994年1月在上海证券交易所挂牌上市，是中国白酒第一股，山西第一股。公司占地面积4500余亩，总资产67.07亿元，职工6876余人，是以生产经营中国名酒——汾酒、竹叶青酒为主营业务的大型白酒企业，是全国最大的名优白酒生产基地之一。

汾酒文化源远流长，是晋商文化的重要一支，与黄河文化一脉相承。早在1500年前的南北朝时期，汾酒就作

荣获 “2015年中国商标金奖—商标运用奖”

为宫廷御酒受到北齐武成帝的推崇而一举成名，并载入廿四史；晚唐大诗人杜牧的千古绝唱“借问酒家何处有？牧童遥指杏花村”使汾酒再度成名；1915年，汾酒在巴拿马万国博览会上荣获甲等金质大奖章，成为酒品至尊；解放后汾酒五次蝉联国家名酒称号，竹叶青酒三次荣获国家名酒称号。荣获“2015年中国商标金奖—商标运用奖”。

近年来，公司坚持“清香品质为本，历史文化为魂”

的品牌定位，不断加强品牌建设工作，明确了以“杏花村”、“竹叶青”、“汾”三个国家驰名商标为核心，依托辉煌厚重历史文化，紧紧围绕“国酒之源、清香之祖、文化之根”的战略定位，将汾酒打造为中国历史文化名酒第一品牌。杏花村汾酒酿造作坊遗址被列入“全国重点文物保护单位”，汾酒博物馆被评定为首家“国家级酒文化学术活动示范基地”，汾酒酿造工艺成为国家级非物质文化遗产。

公司秉承“用心酿造、诚信天下”的企业核心理念，创新提升内部管理，始终将创优品质放在第一位。公司相继荣获“中国最具影响力企业”、“中国最具成长性企业”、“全球百佳华商企业”、“品牌中国华谱奖”、

“央视财经50·十佳回报公司”、“2015最受投资者尊重的上市公司”等多项殊荣；获得了省级标准化良好行为4A级企业认证；取得了HACCP体系认证证书；荣获国家“安全生产标准化一级企业”称号，成为白酒行业首家达标企业。汾酒品牌荣登影响世界中国力量品牌500强，汾酒、竹叶青酒通过国家酒类等级（优级）标志认证，获评“网友最信赖的食品品牌”。

在变革、创新、超越、领先的道路上，公司将一如既往地贯彻“品质诚实、服务诚心、产业诚信”精神，为消费者提供优质产品，为股东多创红利，为职工多谋福利，实现“中国酒魂 清香天下”的汾酒梦！

CORPORATE
GOVERNANCE

公司治理

公司严格执行《公司法》、《证券法》和中国证监会法律规章的要求，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，公司制定了《公司章程》、股东大会、董事

会、监事会及各专门委员会议事规则，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。

INTERNAL
MANAGEMENT

内控管理

2015年，公司进一步建立健全内部控制框架，修改完善内控制度，持续强化内部监督，及时发现内部控制的不足并加以改进，保证内部控制的有效性，使公司的经营管理水平和风险防范能力得到提高。

公司根据内外部环境，认真开展风险评估工作，将各具体风险点与公司的业务流程进行对接，使风险管理工作与日常运营紧密联系，将宏观层面的风险落实到微观层面的具体业务流程上，实现风险管理工作的有效运行。





THE SPIRIT OF OUR
ENTERPRISE AND WINE

魂文化·汾酒之魂



CULTURAL
CONCEPTS

文化理念

企魂

ENTERPRISE SPIRIT

汾酒哲学：汾者大哉 清香久远

汾酒核心价值观：用心酿造 诚信天下

汾酒精神：诚为本 酿为乐 创为魂

汾酒愿景：

振兴中国白酒，开启“中国酒魂时代”，让清香汾酒回归中国白酒行业领袖地位，成为最受尊敬的世界第一文化名酒！

经营理念：清香汾酒 文化汾酒 绿色汾酒

经营战略：

一本——酒业为本。以做好酒企业为基础，依据产业集群理论，逐步推动清香酒和保健酒的产业化快速发展。

两源——全产业链+产业与金融互动。

三大——探索“大品牌、大市场、大企业”运营模式。

酒魂

WINE SPIRIT

战略定位：国酒之源 清香之祖 文化之根

开启中国酒魂时代：汾酒是中国白酒产业的奠基者、是传承中国白酒文化的火炬手、是中国白酒酿造技艺的教科书、是见证中国白酒发展历史的活化石，是中国白酒企业秉承诚信的践行者，倡导诚信的引领者。

中国酒魂时代的核心内涵是“以振兴国酒（即中国酒业）为本质特征的诚信与创新、变革与开放、责任与担当、激情与梦想”。



法文化·汾酒之制

THE SPIRIT OF OUR MANAGEMENT

管理理念

采购理念：品质 实时 诚信

生产理念：精心 精细 精益

工艺理念：人必得其精 水必得其甘

粮必得其实 曲必得其时

火必得其缓 缸必得其湿

器必得其洁 料必得其准

工必得其细 管必得其严

营销理念：信仰营销

品牌理念：品牌是企业的宝贵资产

服务理念：一“心”一“意”专业得体

管理原则

五化：专业化 规范化 制度化 流程化 军事化

管理方法

点点渐进：先易后难，点改点进，范例推动，量聚质变

行为规范

管理者行为规范：

“四讲”——讲大局 讲奉献 讲表率 讲宽容

“四重”——重管理 重执行 重谏言 重团队

“四不”——不怕困难 不怕惹人 不辱使命 不负众望

“四观”——面对成绩，不盲目乐观；

面对困难，不失望悲观；

实事求是，尊重客观；

努力工作，发挥主观。

员工行为规范：

遵章守纪 恪尽职守 勤奋好学 精益求精



BRAND BUILDING

品牌建设

品牌是企业的宝贵资产，汾酒品牌作为企业的标志、名片，内聚汾酒人的自豪感与荣誉感，为汾酒可持续发展

提供强大向心力和凝聚力，也承载了汾酒以“振兴国酒”为核心的诚信与创新、责任与担当、激情与梦想。



品牌规划

公司坚持“清香品质为本，历史文化为魂”的品牌定位，不断加强品牌建设工作，明确了以“杏花村”、“竹叶青”、“汾”三枚驰名商标为核心的品牌发展战略。

依托我们辉煌的历史文化，紧紧围绕“国酒之源、清香之祖、文化之根”的战略定位，把汾酒打造为中国历史文化名酒第一品牌，并在世界名酒中占据一席之地。

“竹叶青”的传统工艺、品质传承千年及纯植物配方的要素，决定品牌核心价值为“千年传承、平衡养生”，并定位为中国养生酒第一品牌。

杏花村酒具有产地优势，杜牧的《清明》诗将这里的美酒传唱至今，决定了其“千年清香品质”和“诗酒文化”的核心价值，“杏花村”定位为最受大众喜爱的第一“民酒”品牌。

三个“第一”是中国酒的价值所在，也是汾酒作为“中国酒魂”的必然追求，这种任何酒类品牌都无法取代的、集中体现中国酒业核心力量、核心精神和核心价值的品牌与文化内涵，最终构成了汾酒独有的“中国酒魂信仰体系”。



文化营销

2015年度，我们策划了针对消费者的“汾酒把爱带回家”主题促销活动，冠名赞助了汾酒男篮、第24届中国金鸡百花电影节、山西品牌中华行，组织职工篮球队巡回多地开展体育营销等文化营销事件。

举办了首届“新世界、新思维、汾酒营销移动网络生态建设沙龙”。

利用汾酒官方微博、微信平台，以场景模式等形式对汾酒产品、文化进行创新传播。

糖酒会策划实施以“南京主场送汾酒”为主题的消费互动活动，通过现场扫码送酒的形式，吸引了广大消费者的热情参与，将汾酒品牌在线上线下进行广泛传播，让更多的消费者成为汾酒的忠实粉丝。

品牌提升

公司致力于汾酒文化的再度挖掘、凝练和提升，让品牌在未来汾酒发展中发挥关键作用，2015年公司品牌建设成绩斐然。

2015年11月，公司荣获国家工商总局和世界知识产权组织联合颁发的“2015年中国商标金奖—商标运用奖”，这是由世界知识产权组织认可国际大奖，是山西唯一获得该奖项的企业，也是白酒行业唯一一家获此殊荣的企业，该奖项充分证明了世界知识产权组织对汾酒品牌提出的高度评价和认可，表明近年来我公司在商标运用方面走在了全国优秀企业前列，表现出色，成绩卓越，表明我公司持续开展的品牌建设取得又一丰硕成果。

“汾酒、老白汾酒、竹叶青酒、杏花村”品牌
荣获
“2015年山西省百姓放心食品品牌奖”

“杏花村”品牌价值达到106.12亿元
连续12年位居山西品牌榜首

PRODUCT
FEATURES

产品特色



汾酒

汾酒是清香型白酒的典型代表，酒体晶莹饱满、清香纯正、素以入口绵、落口甜、饮后余香而著称。目前已形成国藏汾酒、青花汾酒、老白汾酒、普通汾酒等特色的产品系列。

竹叶青酒

竹叶青酒是以汾酒为基酒，加配十余种名贵中药材精心调制而成，兼具汾酒清香和自然药香，酒质金黄透亮、幽雅芳香、色香味俱佳。目前已形成国酿、精酿、特酿、国宝竹和普通竹叶青酒等产品系列。



白玉汾酒

白玉汾酒是以汾酒为基酒，与植物中药紫肉桂浸泡，蒸馏提香而成，具有独特自然的宜人香味，口感绵柔甘润。

玫瑰汾酒

玫瑰汾酒是以汾酒为基酒，将鲜玫瑰花放入汾酒缸里浸泡数月，拌汾酒香醇蒸馏，口感柔顺芳香。



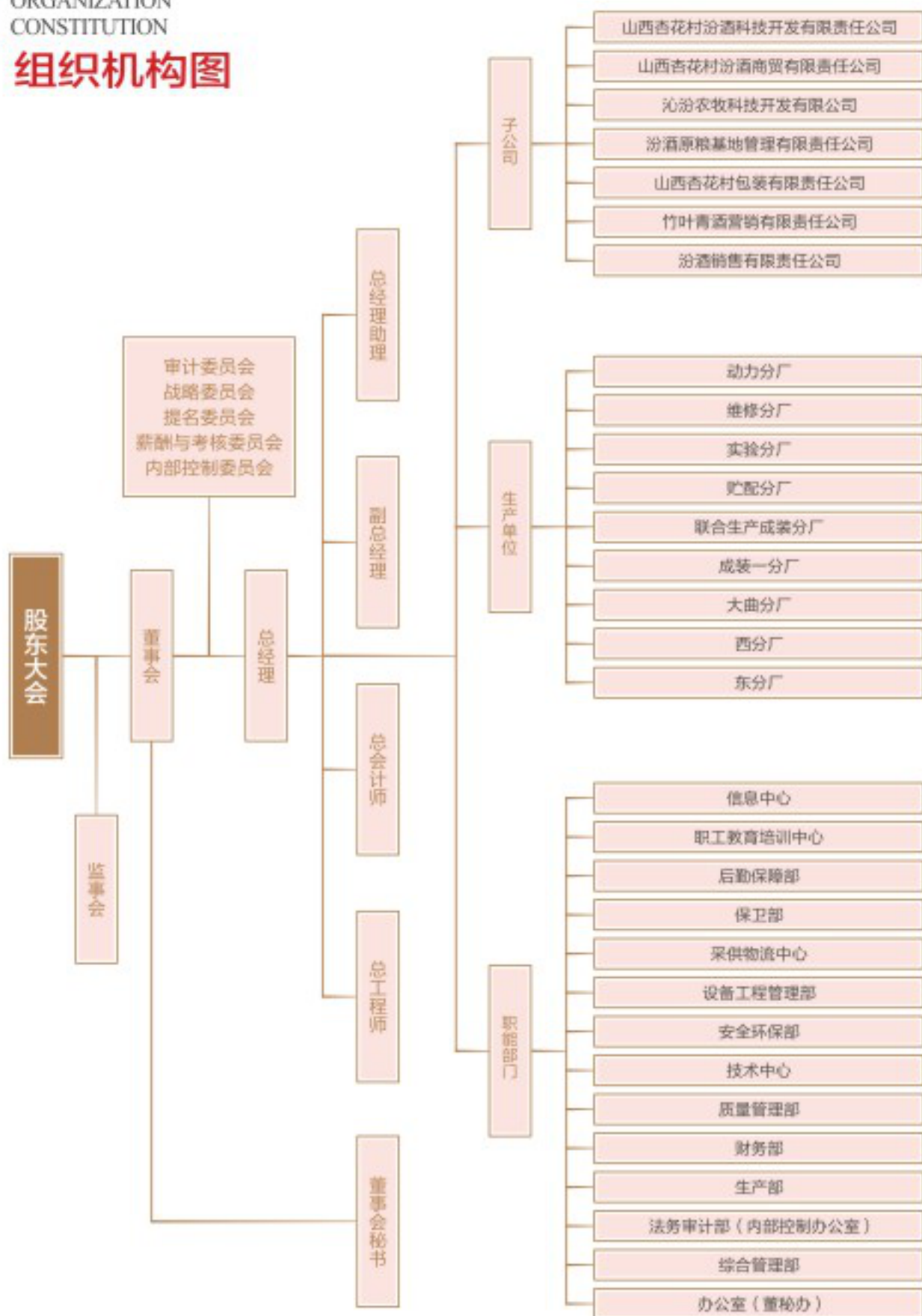
家族新成员

金奖20汾酒延伸设计“至尊商务版”，对老白汾酒进行了元素的升级、设计和材料工艺的现应用和优化，全新推出42度老白汾酒。将青花系列产品下延裂变青花15、青花25两个新产品，使青花系列重新焕发了生机。



ORGANIZATION CONSTITUTION

组织机构图



BLOOM FIRST CLASS HONORS

绽放甲等荣誉

一百年载誉归来，一百年光耀华夏，9月19日，公司举办一系列的纪念活动，不仅是自我勉励、温故知新，更是能量再造，以对历史真相和道德诚信负责任的态度，向世人表明汾酒一百年来坚守的价值和信仰。

2015年1月20日，“重温巴拿马再创中国梦——1915-2015年荣耀百年中国民族企业发展座谈会”在北京举行，以汾酒为代表的民族产业企业就中国民族传统企业的未来发展前景做了讨论，共同倡导“中国民族企业团结起来，将向着国际市场进军，力求佳绩，实现富强的中国梦”。

美国时间2015年1月24日，以汾酒为代表的“1915巴拿马太平洋万国博览会”获奖企业及相关行业共赴美国旧金山（1915巴拿马赛会举办地），隆重举办“重温旧金山 再创中国梦——1915巴拿马万国博览会100周年庆典，参加中国民族企业发表《重温巴拿马，再创中国梦——中国民族产业企业旧金山宣言》，汾酒作为“1915年巴拿马赛会”参会企业中有明确品牌记载并传

承的酒类代表企业，荣获“中国民族品牌百年贡献奖”。

5月23日，全国酒类包装大会在太原举行，会议期间召开汾酒荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章100周年产品包装创意大赛颁奖仪式，汾酒在发展进程中，始终将其底蕴深厚的酒文化与产品包装相结合，大力倡导简约包装、绿色包装的概念，着重体现文化内涵。

9月15日举行了汾酒老作坊博物馆开馆仪式，六个不同内容的展馆展示了100多年前民国霸业汾酒的辉煌！被新闻界、史学界誉为唯一在原址上边生产、边展示，是活着的博物馆。

9月19日公司举行汾酒荣获巴拿马万国博览会甲等大奖章100周年纪念大会，汾酒作为“中国酒魂”、中国“四大名酒”之首，隆重纪念“1915巴拿马赛会奖”的历史功绩和国际地位，不仅仅是在寻找历史真相，更重要的是，向全世界证明“中国白酒”对国际品质的价值坚守及信仰追求。



CSR 2015

QUALITY RESPONSIBILITY
品质责任

CSR 2015

21/22

02



CSR 2015

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

社会责任报告

品质责任

QUALITY RESPONSIBILITY

——质量把关 坚守责任

体系建设
风险监测

QUALITY CONTROL
ADHERE RESPONSIBILITY

质量把关 坚守责任

质量安全是企业的生命，是品牌的基石，更是履行诚信经营的一份承诺。2015年公司坚持“继承精华、博采众长、严格为本、优化是纲”的质量理念，坚持全员参

与，不断创新进取，做好全过程食品安全链管理工作，保障产品质量安全。

食品安全目标

SYSTEM
CONSTRUCTION

体系建设

公司坚持落实食品生产加工企业质量安全主体责任，严格按照法律法规、食品安全标准和生产许可条件组织生产。

加强原辅材料入厂检验、生产过程监督、出厂检验，建立和完善公司质量安全授权人制度和产品追溯制度，全方位、全过程抓好产品质量管控工作。

修订完善公司质量体系文件，确保了公司体系文件的适宜性；公司按时进行监督检查和管理评审，对发现的问题要求及时整改，确保体系实现持续改进。





RISK MONITORING

风险监测

汾酒是国内最干净、最健康、最安全的名酒。

公司已形成领先国内的白酒食品安全检测方法，完成汾酒与其它不同香型名酒食品安全卫生指标的对比检测；

检测指标在国标规定的基础上，新增氨基甲酸酯、重金属、杂醇油、塑化剂、甜味剂等11项指标，加强产成品农残迁移检测。

率先公开承诺并执行与国际标准接轨的食品安全内控标准，向全世界消费者郑重承诺：汾酒是中国最健康、最

干净、最卫生、最讲诚信、最负责任、最敢担当的名酒。

加强食品安全责任落实，对投诉处理进行详细记录统计，客户投诉处理及时率100%。

顺利通过方圆标志认证集团的质量管理体系及产品认证、中国质量认证中心的质量管理体系及HACCP体系认证、中食联盟（北京）认证中心的酒类产品质量等级认证。

开展2015年“质量月”活动

举办全公司新版《食品安全法》培训，强化依法生产经营、提高守法意识，提升质量管理水平，进一步提高我公司产品管理水平和产品出厂检验能力。

一代又一代的汾酒人和无数为汾酒殚精竭虑的大师们，用实际行动传承与坚守着“用心酿造 诚信天下”的核心理念和“酒魂信仰”，酿造出“品质纯粹 香味郁馥”的汾酒，汾酒能历经千年而不衰，对整个清香军团的发展引领，一切都源于汾酒对“品质灵魂”的塑造，是中国白酒“工匠精神”的胜利。





CSR 2015

ECONOMIC RESPONSIBILITY
经济责任

CSR 2015

27/28

03



CSR 2015

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

社会责任报告

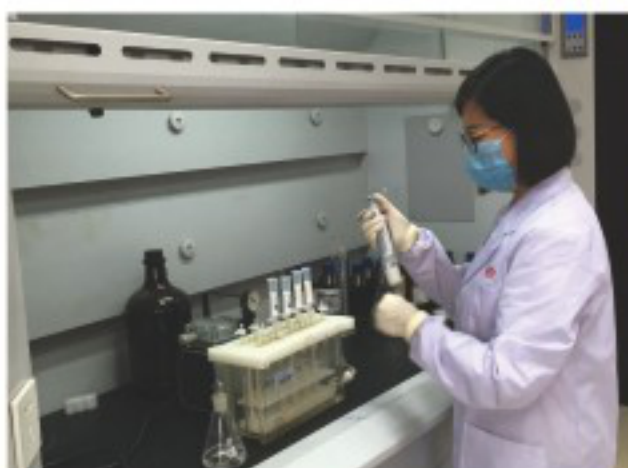
经济责任

ECONOMIC RESPONSIBILITY

——凝聚力量 再铸辉煌

科研创新
管理优化
生产转型
机制创新
物流创新
互联网+
安全生产

经济责任指标	2013	2014	2015
销售量/KL	38901	38651	35662
营业收入/亿元	60.87	39.16	41.29
归属于上市公司股东净利润/亿元	9.54	3.56	5.21
纳税总额/亿元	22.42	15.42	14.03
每股收益/元	1.11	0.41	0.60



RESEARCH AND INNOVATION 科研创新

创新是企业生生不息的动力，公司坚持以市场为导向，以创新为动力，以科技为手段，以清香为特色的研发理念，从公司发展大局出发，提出了以创新发展，特别是以科技创新为根本模式的发展思路。公司围绕“科技创新”和“科技支撑”两个着力点，以技术中心为核心平台，建立了全员参与的、开放式的、层次化的技术创新体系。

2015年，完成17个技术研发项目，涉及淡雅型玫瑰汾酒设计、竹叶青系列化产品开发、预调酒方案设计、8090后新产品的生产推广、栀子提取工艺中试及优化、汾酒工艺改进应用、残留香味成分提取应用可行性研究等项目，各项费用实际投入1600余万元。成立汾酒科技开发有限责任公司，通过生产平台实现科技孵化器的功能，加快新产品的上市和新技术的快速转化，整合广泛科技资源为我所用，为公司发展提供支持。

科研成绩

8个

完成新产品酒体设计8个

3项

工艺改进应用3项

1个

2015年申请发明专利1个

4个

2015年获得授权专利4个

国际先进水平

“清香白酒品质安全技术及标准研究”项目通过了中国轻工联合会的科技成果鉴定，该成果已达到国际先进水平

MANAGEMENT OPTIMIZATION

管理优化

公司开展标杆管理，该项目进行了143项课题攻关，内容涉及管理提升、降本增效、安全保卫、营销提升等方面，通过开展标杆管理，在规范运作、营销创新、双增双节等工作取得了显著成效，为公司实现直接或间接经济效益885万元。

公司深入开展“双增双节”活动，运用预算管理、定额管理等手段，从人、财、物等多方面进行全面控制，加强预算管理、在招投标、包装材料等方面强化效益管理，成本得到有效控制，提高了资金使用效率和效益。

测量体系建设逐步完备，2015年对能耗定额进行了重新核定，确定了主要物资储备，成品酒合理库存定额，发布《能耗、包材损耗定额奖惩管理办法》，防止生产物料的浪费，降低了生产管理运营成本。



PRODUCTION TRANSITION

生产转型



实现自动化生产，全面应用信息技术，提高生产效率和品质，降低职工劳动强度，是公司近年来一直努力的方向。9月15日保健酒园区项目一期工程按期竣工，形成了勾调、贮存、灌装、物流一体化的自动化生产系统，二维

码防伪技术得到全面应用，产品生产信息全方位掌控，保健酒园区作为汾酒对外宣传的一道风景，向四方宾客展现了汾酒的现代化生产面貌。

MECHANISM INNOVATION

机制创新

成立汾酒商贸公司，借助汾酒品牌资源和原酒资源的组合优势，打造私藏酒营销专业化平台，创新汾酒原酒产品的新型市场营销模式，为上市公司和股东创造更多经济利益。

竹叶青酒公司开展混合所有制改革，选择具有新业态优势和渠道资源优势的战略经销商合作，设立山西竹叶青保健酒贸易有限公司和竹叶青酒（北京）有限公司，明确给予独立经营权，按市场化机制进行运作。

汾酒销售公司完成了总部平台由管理职能向服务职能的转型，形成了以事业部、直属大区为中心的市场运营架构，实现决策、指挥向市场一线前移。



部分事业部通过导入板块经理、重点市场经理竞争上岗机制，激发了员工提升业务能力的积极性。

制定《2015年外勤人员季度绩效考核指导方案（试行）》《2015年度业务人员完成奋斗目标嘉奖办法》。进一步明确各事业部、直属大区对业务范围内人员考核与激励自主权，充分发挥了绩效考核的引导、监督、激励作用。



LOGISTICS INNOVATION

物流创新

公司优化物流配送流程，制定《中心库配送管理办法》，促进客户订单处理与配送一体化，缩短订单生成时间。

规范各中心库管理程序，制定完善《中心库管理办法》以及出入库流程，促进中心库安全、高效、有序、合理运作。

创新使用自动化立体库群，对白酒、保健酒的成品、包材实施信息化管理，并结合自动输送系统，实现从包材供应、包装及产成品进库的连续化、自动化操作，实现成品酒从入库到卖场的全程追溯，创建了汾酒现代物流管理体系，全面提升了汾酒物流管理的自动化水平。

INTERNET +

互联网+

公司正式接管天猫、京东汾酒旗舰店，并自主运营建行善融商务、工行融e购两个电商平台。

组建队伍运营“汾酒在线”移动端，使汾酒在线、汾酒微信公众号连接汾酒官方旗舰店，开创了电商渠道“1+1+1”的运营模式，把厂方优势的资源整合能力和经销商灵活的经营模式结合。

引入专业的电商咨询公司，引入专业电商管理模式，助推渠道建设。

汾酒的溯源体系已经建立产品身份码标识系统，增加的二维变码标识具备了独立的编码加密规则，实现单瓶单码，技术达到行业领先。



SAFE PRODUCTION

安全生产

安全是最重要的责任，是最核心的利益，直接考验企业的管理水平和担当能力，是企业应尽的最大的社会责任。

公司将抓细节、强意识、保遵章、讲责任作为安全理念，切实把安全工作放在首位，深化安全隐患专项整治，持续改进安全生产标准化工作，坚持把安全生产落实到生产经营的各个环节，让每一处生产、运输汾酒的地方，都成为安全、健康快乐的工作场所。

全年进行安全大检查12次，区域性专项安全检查120余次，并对检查出的消防安全问题和隐患，按要求整

改到位；组织开展“消防演练下基层”活动，针对公司重点防火部位“保健酒园区1号半敞开式酒库”进行了大型的联合消防演练，锻炼队伍，加强消防宣传。

开展安全生产咨询日活动，悬挂了2015年“加强安全法治 保障安全生产”主题宣教挂图、发放安全知识手册、安全知识扇、警示教育光盘、安全趣味知识扑克牌等安全宣传资料，普及了相关知识，提高了职工安全生产意识，确保了生产有序进行。





04



CSR
2015

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

社会责任报告

环境责任

ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY

——绿色发展 和谐共处

循环经济
节能降耗
绿色成效



GREEN DEVELOPMENT LIVE IN HARMONY

绿色发展 和谐共处

作为绿色产品的生产者，山西汾酒竭力打造绿色环保生态圈，通过实施环境保护、低碳管理和循环经济，促进公司永续发展，实现与大自然的和谐共处。

CIRCULAR ECONOMY

循环经济

公司依托汾酒生产，继续将上下游产业精耕细作，从田间到餐桌形成了绿色经济发展模式。在原粮种植方面，成功培育出汾酒9号高粱种子，继汾酒1号、1号、3号种子之后实现了又一突破，进一步完善原粮基地种植管理标准化、土地合作化、测土配方肥料统一化，逐步实现无公害基地向绿色基地转变。

与沁县人民政府签订了《有机汾酒生态循环产业项目合作框架协议书》，积极推进肉牛养殖项目的开展，酒糟饲养肉牛，开辟绿色养殖产业。

依据绿色认证标准要求，公司顺利通过绿色食品发展中心审核，绿色食品证书年检合格并继续有效使用。



ENERGY
SAVING

节能降耗



供汽

一是科学调整供汽压力和供汽负荷，适当调整锅炉运行台数；二是加大对酿酒车间的巡视频率和联系。



供电

一是通过随季节变化合理调整路灯时控，共计20余次，节约电能；二是用电容进行无功补偿，降低无功损耗，改善电压质量。三是合理调运主变降低电能损耗。



供热

一是加强巡回检查，及时处理设备故障和可能影响供暖的隐患；二是根据季节变化和室外温度变化，及时了解家属区住户室内温度，灵活调节供暖温度，既提高了采暖用户满意度，又提高热能利用率，减小蒸汽消耗。

GREEN
PERFORMANCE

绿色成效

总供水

1812505m³

比上年同期

减少

103762m³

总供电

26915840kW·h

比上年同期

减少

952840kW·h

总供汽

333426t

比上年同期

减少

33135t

耗天然气

25956741m³

比上年同期

减少

1932893.15m³

“节能宣传周和全国低碳日”活动

6月15日至19日组织开展了以“节能有道、节俭有德”为主题的“节能宣传周和全国低碳日”活动。将低碳、绿色、环保的理念贯穿于活动之中。向职工宣传公司能源管理理念，强化员工节能减排创新意识。





05



CSR
2015

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY REPORT

社会责任报告

相关方责任

RELATED PARTY LIABILITY

——携手相伴 实现多赢

股 东：稳健发展 价值回报
客 户：用心服务 真诚永远
供 应 商：公开公平 共荣互进
经 销 商：合作共赢 共同成长
员 工：以人为本 和谐发展
社 区：大爱无疆 清香无界

ACCOMPANIED HAND IN HAND TO ACHIEVE A WIN-WIN

携手相伴 实现多赢

公司一直在践行着自己的企业使命，为民族传承国宝，让清香更久远！为公众精酿美酒，让身心更愉悦！为员工创造成功，让生活更美好！为股东多创红利，让汾酒更卓越！

相关方	相关方的期望	与相关方的沟通方式	对相关方期望的回应措施
国家	遵守各项法律法规及相关政策；解决就业；依法纳税；稳健发展。	参加相关会议和论坛；学习相关政策和法律法规；汇报文件。	响应国家经济政策；支持公益慈善活动；依法纳税；积极提供就业机会。
监管机构	合规经营；防范风险；维护公平竞争环境；为行业整体发展做出积极贡献。	参与监管机构各种会议和课题研究；汇报文件；专题报告；配合监管机构调研、开展相关方调查。	依法诚信经营；及时、准确的信息报送；支持和配合监管；主动参与制订行业标准和规范。
股东	不断提高公司价值；合理的收益回报；及时准确全面的信息披露。	股东大会、发布公告、路演、接待投资者来访、新闻发布会、分析师会、媒体报道、安排投资者和分析师到分支机构调研、开展相关方调查。	严格的风险控制；不断完善公司治理结构，提升治理水平；不断改进投资者关系管理；不断提高信息披露的透明度。
客户	诚信优质服务；丰富的产品；客户权益维护。	客户回访；特色客服活动；客户满意度调查；产品说明会；客户投诉处理。	不断提高服务品质和效率；持续的产品创新；提高客户满意度。
员工	稳定就业；良好的待遇和福利；积极的沟通机制；良好的成长空间。	职工代表大会；工会组织；员工座谈会；员工满意度调查。	关注员工健康安全；举办各类文体体育活动；保障工会民主管理的权益；提供岗位和技能培训；建立公平的升迁制度和激励机制。
社区	有效利用社区资源；推动地区经济发展；参与社区公益活动；扶助弱势群体。	公司志愿者的社区服务。	关注并支持地方经济及社区发展；与地方政府和社区开展互惠互利的合作；参与志愿者活动；通过汾酒基金会开展慈善捐助。
合作伙伴	诚信互惠、合作共赢。	日常非正式沟通；签订合作协议；营销员展会、座谈会、专题调研、讲座、相关方调查。	资源共享、优势互补；创新合作领域和方式；良好的合作关系；通过汾酒公益基金开展慈善捐助。

SHAREHOLDERS: STEADY DEVELOPMENT VALUE RETURN

股东：稳健发展 价值回报

分享价值收益面对行业持续调整压力，公司积极改革创新，实现业绩触底回升。良好的业绩和发展势头，离不开股东的大力支持。山西汾酒在实现业绩稳步增长的同时，积极回馈股东，开展现金分红，与股东共享发展成果，2015年拟每10股派3.2元，合计发放红利2.77亿元。

公司近几年分红方案

年 度	每股收益	股利分配方案	现金分红率（%） (不含送转股方案)
2010年	1.14元	每10股派发现金红利5元	43.77
2011年	1.80元	每10股送10股并派发现金红利5元	27.73
2012年	1.53元	每10股派发现金红利8元	52.19
2013年	1.11元	每10股派发现金红利3.5元	31.55
2014年	0.41元	未进行现金分红	-
2015年	0.60元	每10股派发现金红利3.2元	53.22

披露及时合规

认真履行信息披露义务，确保信息披露真实、透明是公司履行社会责任的重要表现。2015年公司严格按照信息披露的规定，及时、准确、完整、公平地做好信息披露

工作。共发布定期公告4份，各类临时公告19份，上海证券交易所2014-2015年度信息披露A级评价。

重视股东

2015年，通过股东大会、业绩说明会、投资者交流日、网上交流会等多种形式实现与投资者的沟通，并通过电子邮件、电话、上证E 互动等平台确保中小投资者获取

信息公平性。全年累计接待投资者调研80余人次，接听投资者专线电话200余次，回复投资者网上提问100余条。

积极应对资本市场异常波动

2015年7月证券市场出现非理性下跌，汾酒股价也随着市场波动大幅下跌，公司在第一时间成立危机应对小组，制定危机应对措施，与控股股东共同发布了“维护山西汾酒股票价格稳定，坚定发展信心的倡议书”，号召全体汾酒职工买入公司股票，并及时在上海证券交易所公

告，成为白酒行业维稳第一家企业，体现了汾酒的责任与担当，坚定了投资者信心，维护了投资者的利益。2015年公司荣获由中国上市公司协会颁发的“2015最受投资者尊重的百佳上市公司”称号。



CUSTOMER: SERVICE
ALWAYS IN GOOD FAITH

客户：用心服务 真诚永远

公司拥有广泛的服务网络，统一的服务标准，规范顺畅的售后服务。

组建汾酒、竹叶青酒的技术宣讲团队，用通俗易懂的语言介绍汾酒、竹叶青酒酒体特点、工艺优势、产品质量优势，从健康饮用方面为消费者演示多种饮用方式，例如温热饮用、加冰饮用，以汾酒、竹叶青酒为基酒勾调鸡尾酒。

全年派客服专员上门售后服务，走访199家，处理问题产品19713瓶，折价更换产品27116瓶，提高反馈处结率，促进公司产品质量及服务提升。

以“顾客至上，服务第一”为工作准则，开通服务热线，对消费者提出的咨询及投诉，做出详细的解答。

加强客户服务基础管理工作，制定《汾酒售后服务管理办法》，保证售后服务工作高效进行。

落实汾酒售后服务信息化网络管理体系应用，与各地经销商联网，利用现代化信息手段对现场处理工作流程进行拍照、登录、上传、签批，确保售后服务现场处理的及时性和真实性，实现售后服务及时、真实、准确、规范有效。

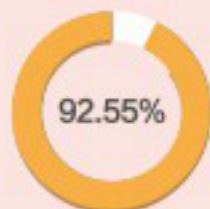
本年度产品顾客满意度分别为



汾酒系列85.02%



竹叶青酒系列93.93%



白玉汾酒92.55%



玫瑰汾酒93.62%

各类产品的顾客满意度均大于85%。

SUPPLIER OF: OPEN AND FAIR
PROSPERITY INTO EACH OTHER

供应商：公开公平 共荣互进

公司倡导“合作共赢，义中取利”的供应链管理理念，以高品质的产品、高附加值的品牌、高效的运营模式来保障上下游合作伙伴的盈利能力，共同实现基业长青。

2015年公司不断完善、落实《供应商准入、考核、奖惩、退出管理办法》、《驻厂监督管理办法》，强化了供应商管理，保证了原材料的质量安全。

驻厂员认真执行《驻厂监督管理办法》，明确工作要求及承担的责任，对供应商的各个工作环节进行全面监

督，杜绝质量问题发生，确保产品品质。

做好供应商每月交货、质量、服务考核评价，建立供应商管理台账，对查出的问题进行及时整改，对产品实行“质量零容忍”，严格执行奖惩、退出管理办法。

与供应商伙伴通过科学有效的信息沟通，提供改善双方质量、服务、管理和成本的机会，同时提高效率、降低能耗，将对环境的影响降到最低，共同打造一体化绿色产业链。

DEALER: WIN-WIN COOPERATION
AND COMMON DEVELOPMENT

经销商：合作共赢 共同成长

我们充分尊重和认可每一位经销商，希望和经销商朋友一起，在发展的过程中共同成长。

公司制定了《核心经销商服务细则》、《汾酒销售公司战略客户管理办法》、《汾酒经销商考核办法》、《经销商管理办法》、《经销商信誉评价管理办法》等一系列管理制度，规范了经销商管理，提高对经销商的服务质量，加大对经销商的支持力度。

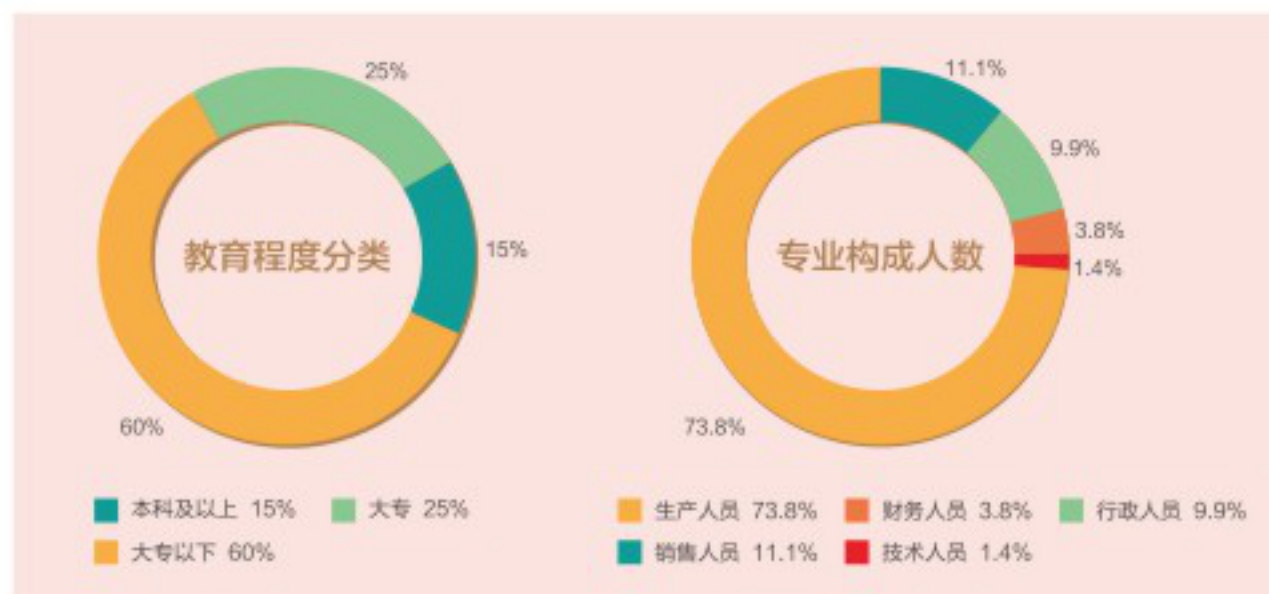
持续开展对经销商的培训，有效提高经销商的专业水平和经营管理能力。

对于核心经销商，给予市场倾斜投入、经理层实地指导等支持，提高了经销商经销信心。建立了月度市场巡查调研制度，及时解决问题。



EMPLOYEE: PEOPLE-ORIENTED
AND HARMONIOUS DEVELOPMENT

员工：以人为本 和谐发展



培训助力员工成长

公司全年共开展培训808场次，4万余人次参训。其中公司层面培训共239场，29000余人次参训；基层培训1571场，11600人次参训；管理者授课335场，8625人次参训。

编写《技术营销专业课程包》和《汾酒生产100问》，技术营销授课13场，参与受训910余人。

组织14个工种两个级别的等级工职业技能鉴定工作，目前公司共有技师727人，高级技师40人，取得资格

证书3269个。

开展金牌讲师大赛，展示了讲师风采，提升内训师的授课技巧，共建汾酒讲师团队，传播汾酒文化。

公司开展了以“责任、高效、激情、协作”为文化理念户外体验式培训，共有27个单位、4326人参训，员工受训率达82%，激发职工的团队合作意识，增强了企业凝聚力。



奖励杰出个人

高技能人才是公司人才队伍的核心，是汾酒工艺得以传承、发展的中坚力量，是保证汾酒品质的坚实基础，更是推动公司技术进步的主力军。

公司高级工程师杜小威、高级技师王和军获得了享受“山西省2015年政府特殊津贴”荣誉，以表彰他们在

技术革新、工艺改进、产品研发等任务上做出的突出贡献。

经山西省人力资源和社会保障厅批准，公司任全明技能大师工作室（发酵工）和张晓东技能大师工作室（制曲工）正式成立并予以授牌，表彰他们在授徒传艺，培养高技能人才，促进技术技能的广泛交流方面的新业绩和新贡献。

完善薪酬体系

公司严格遵守《劳动法》、《劳动合同法》、《劳动合同法实施条例》等法律法规，依法与员工签订劳动合同，保护员工的合法权益。制定并实施《公司职工带薪年休假实施办法》等内部管理制度，建立规范化、行业化、

动态化的薪酬福利体系，公司按时、足额向员工发放劳动报酬，为员工缴纳五险一金，随着公司的发展，广大干部员工的工资收入水平也在不断提高，充分享受到了企业发展的成果。

关注职业健康

有毒有害作业场所职业健康监测率达100%；
有害作业点防护措施合格率100%；
有毒有害岗位职工的职业健康检查率、建档率达100%；
职工个体防护用品发放合格、到位率达到100%；
职业卫生宣传教育培训100%；
工作场所职业危害及警示率达到100%。
按照《职业健康监护技术规范》规定的体检项目和体

检周期，对接触职业危害因素的新上岗、在岗职工进行职业健康体检。

开展“职业病防治宣传周”活动，共设置宣传展板9块，发放宣传挂图20余张、劳动防护和职业危害控制资料300余份；

开展“管理标准宣贯”活动，组织接触职业危害的在岗员工学习国家职业卫生法律法规和公司职业卫生规章制度，个体防护知识。



COMMUNITY: GREAT LOVE
UNBOUNDED FRAGRANCE

社区：大爱无疆 清香无界

文化精彩

组织“庆元宵、玩游戏、猜灯谜”活动，活动有500余人踊跃参与，气氛热烈，营造出了欢乐、祥和、喜庆的节日氛围。

举办以“唱响主旋律、传递正能量”为主题的大合唱比赛，唱出了汾酒人热爱汾酒、积极向上的精神风貌。

举办以“展风采、树形象、聚合力、谋发展”为主题的“汾酒集团第二届职工运动会”，增强了职工健身意识，提高职工健康水平。



大众创新

公司开展“小发明、小创造、小革新、小设计、小建议”五小竞赛活动，共申报项目63项，涉及产品研发、工艺改进、设备改进、节能环保、管理创新等方面。

为适应“大众创新，万众创业”需要，满足消费者的碎片化需求，公司适时提出打造汾酒内部“创客平台”方案，将“创客平台”定位为：员工创业平台、新产品（技术）研发平台和资源整合平台。通过平台合作，社群对接方式，为员工提供创新创业机会。



扶贫帮困

元旦、春节期间，为241名困难职工、96名职工遗属送去了温暖，为亡故职工家属办理生活补助57人次，共计金额391840元。

组织为特困重病职工献爱心捐款活动，共7000余人参与捐款，筹得善款198970.50元，展现了汾酒人团结互助的精神。

为切实帮助受灾群众和困难群众，在全公司范围内开展“送温暖、献爱心”社会捐助活动，此次活动共捐款383474.7元。

加强对口开展扶贫工作，成立汾酒原粮公司扶贫办公室。2015年公司产业扶贫总额4500万元，围绕汾酒酿酒产业链，协助农户共种植高粱25649亩，每亩增收300—400元，带动特困户127户，贫困户345户，普通农户1700户，户均增收1100多元。



积极投身公益慈善

为了更好承担社会责任，体现大爱，贡献自身价值。汾酒积极投身社会公益事业。

1、今年是汾酒荣获巴拿马甲等大奖章100周年，特出品9999坛66度世博汾酒以供收藏。1月11日，66度世博汾酒投资拍卖会在太原举行。此次拍卖会对编号具有特殊意义的9坛66度世博汾酒进行了拍卖，拍得的35.8万元全部注入汾酒慈善公益基金，以帮助社会上更多的人实现梦想。

2、关爱特殊儿童，播撒爱与希望。传递大爱，书写人间真情，在“六一”国际儿童节到来之际，山西省汾酒公益基金会“关爱特殊儿童，播撒爱与希望”捐赠仪式在长治市城区阳光天使特殊教育学校举行，共计捐款50000元。



志愿者活动

2015年，公司组织成立了“爱心志愿者服务队”，大家利用节假日时间走进社区、走到大众身边，开展各类便民助老服务，结对帮扶等活动，用行动传递着爱心、传递着温暖。



ACHIEVEMENT
COUNTLESS

硕果累累

荣获由国家工商总局和世界知识产权组织联合颁发的“2015年中国商标金奖——商标运用奖”

荣获由中国上市公司协会颁发的“2015最受投资者尊重的百佳上市公司”称号

荣获由中国证券报颁发的“2014年度金牛最高效率公司”称号

荣获由《每日经济新闻》颁发的“最佳内部治理上市公司”称号

“2015年中国商标金奖
——商标运用奖”

国家工商总局和
世界知识产权组织颁发

2015最受投资者尊重的
百佳上市公司

中国上市公司协会颁发

2014年度金牛最高效率公司

中国证券报颁发

最佳内部治理上市公司

《每日经济新闻》颁发



THE FEEDBACK

意见反馈表

为了改进企业社会责任工作，提高企业履行社会责任的能力和水平，我们特别希望
倾听您的意见和建议，恳请您在百忙之中对我们的工作和报告提出宝贵的意见：

1.您对公司社会责任报告的总体评价是

☐好 ☐较好 ☐一般

2.您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何

☐高 ☐较高 ☐一般 ☐较低 ☐低

3.您认为公司在服务客户、股东方面做得如何

☐好 ☐较好 ☐一般 ☐差 ☐不了解

4.您认为公司在保护环境、促进可持续发展方面做得如何

☐好 ☐较好 ☐一般 ☐差 ☐不了解

5.您认为公司在与利益相关方沟通交流方面做得如何

☐好 ☐较好 ☐一般 ☐差 ☐不了解

6.您认为本报告的内容安排和版式设计是否有利于您的阅读

☐好 ☐一般 ☐不好

您对山西汾酒工作和本报告的意见和建议,欢迎在此提出

注:请您在相应的“○”内打“√”。