



2020 年度社会责任报告

上海金枫酒业股份有限公司

目 录

董事长致辞	4
砥砺前行八十载	5
一、 关于我们	5
二、 发展愿景	5
三、 股权结构	6
四、 公司治理	6
金枫之“疫”举	7
一、 捐助善款 抗击疫情	7
二、 坚守一线 守护平凡	7
三、 服务社区 保障民生	7
经典传承，酿造金枫之卓越	7
一、 新黄酒 新工艺	7
二、 明责任 抓管理	8
三、 降成本 添动力	9
四、 搭平台 谋未来	10
历史浑厚，敢承金枫之担当	11
一、 持续分红 价值凸显	11
二、 长效发展 合规共赢	11
三、 人才强企 幸福员工	12
四、 精诚合作 共享价值	15
五、 匠心品质 回馈消费者	15
六、 海派文化 经典传承	17
承载使命，开启金枫之绿色	18
一、 节能环保 绿色生产	18
二、 多措并举 绿色发展	20
载誉而来，翘首金枫之荣誉	20
一、 企业荣誉	20
二、 产品获奖	21
三、 个人荣誉	21
未来展望，共酿金枫之美好	21

报告说明

本报告是上海金枫酒业股份有限公司向社会公开发布的 2020 年度履行社会责任的报告。本报告旨在真实反映金枫酒业 2020 年度企业社会责任的发展与实践，向股东、员工、客户、合作伙伴、社区公众等利益相关方公开报告企业运行情况，帮助利益相关方深入透视金枫酒业的企业社会责任实践活动。

本报告时间跨度为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，与公司 2020 年度报告同时披露。报告内容涉及的财务数据以及所覆盖的范围与《上海金枫酒业股份有限公司 2020 年年度报告》相符。

报告内容向利益相关方展示了金枫酒业在企业战略发展、公司治理、产品研发、质量安全、环境保护、职业健康与安全、员工发展、社会公益方面的措施。下一份报告将于 2022 年发布。

为便于表述和阅读，报告中的上海金枫酒业股份有限公司根据行文具体情况，简称为“金枫酒业”、“金枫”、“公司”、“企业”、“我们”。

此前已经发布上海金枫酒业股份有限公司 2008—2019 年共 12 份社会责任报告。本报告数据来源为上海金枫酒业股份有限公司及下属子公司提供。本次报告以中文简体编制印刷，分为纸质版和电子版两种形式，电子版可在上海证券交易所网站查阅获取。

董事长致辞

2020年，是落实“十三五”规划收官之年，是全面建成小康社会的收获之年，也是金枫酒业贯彻新三年发展战略规划（2019-2021年）的关键之年。

年初新冠疫情肆虐华夏，实体企业面临着前所未有的冲击。在新阶段、新理念、新格局下，金枫酒业秉持从供给侧、需求侧、双循环的新格局中捕捉机遇，始终坚持党的全面领导、坚持新发展理念，在聚焦“泛米酒”战略同时，时刻关注疫情动态，开展多元化营销，加大终端渠道建设，确保公司经营平稳发展。

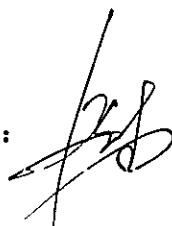
疫情无情，人间有爱。自新冠肺炎爆发以来，金枫酒业主动扛起社会责任，在公司内部做好疫情防控，有序开展复工复产工作，身体力行承担本地抗疫防疫任务。在这里我要向一直以来默默付出的金枫人致以崇高的敬意。

秉持“以米为酿造之源，成为“泛米酒”行业的领先者”的伟大使命，金枫酒业坚定“泛米酒”战略，积极开发新品类，开展跨界合作，加强消费者互动，让国人看到了金枫酒业对振兴“海派黄酒”的执着努力。不仅如此，金枫酒业还参与协助成立了“海派黄酒研究会”，用实际行动助力海派黄酒健康发展，以弘扬海派黄酒文化为己任，向社会各界宣传“国粹”的价值。

金枫酒业明确了未来黄酒发展的路径和方向，坚持“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向。在坚决贯彻落实高质量发展的道路上，金枫酒业将以海派文化为根基，携手股东、员工、合作伙伴，一步一个脚印，续写“十四五”发展的华丽篇章。

征途漫漫，惟有奋斗。2021年是“十四五”规划的伊始之年，金枫酒业将跟随国家战略目标，迎接新的责任与义务，敢于担当，不忘初心，牢记使命，以更崭新的面貌、昂扬的姿态迎接未来发展路上的挑战。

董事长：



砥砺前行八十载

一、 关于我们

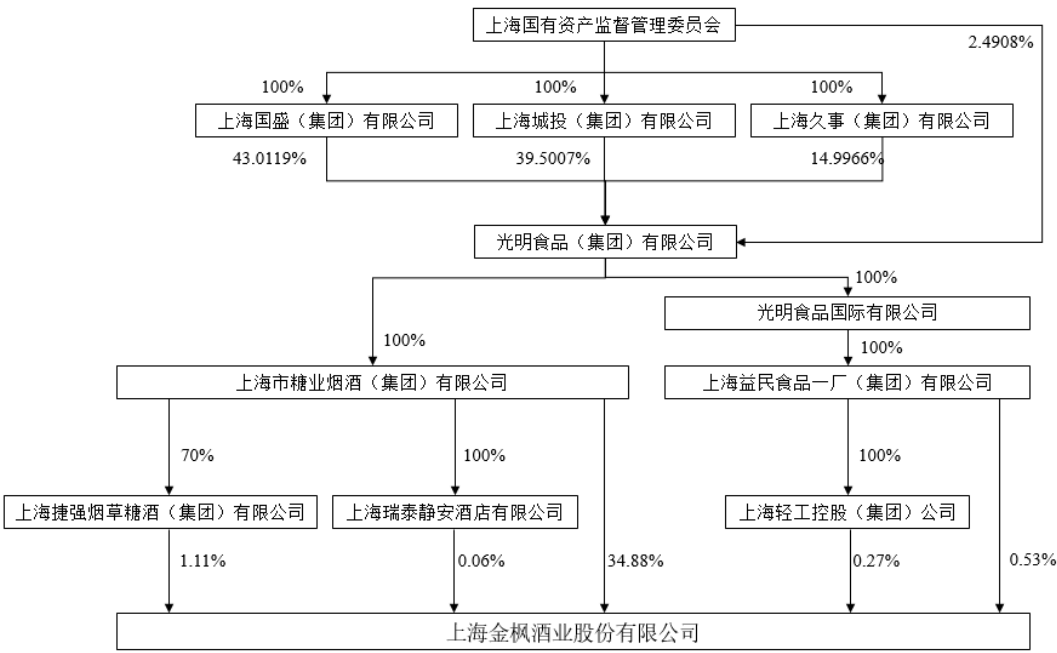
上海金枫酒业股份有限公司前身为上海市第一食品股份有限公司,于1992年在上海证券交易所上市。上市以来,公司始终以股东利益最大化为目标,聚焦主业发展,创新商业模式,通过资本经营和产业经营联动,不断做大做强核心主业,实现价值增长。2008年公司与控股股东通过资产置换的方式实施重大重组,成为以黄酒为主业的上市公司,并更名为“金枫酒业”,2013-2015年,金枫酒业完成再融资、实施行业内收购兼并,加快推进落实各项战略目标。

公司秉持“选好米,酿好酒”的经营理念,重视技术研发与品牌塑造,旗下“石库门”与“和”酒先后被评为中国名牌、中国驰名商标,同时注重黄酒文化传播,将文化融入品牌。作为黄酒行业的龙头企业,金枫酒业勇于创新,合作开放,开拓市场,促进黄酒行业发展进步。

二、 发展愿景

金枫酒业作为一家以黄酒为核心的企业,传承中华民族源远流长的酒文化,不断创新酿酒生产工艺,以工匠精神酿造匠心好酒,本着正本清源的历史使命和文化自信,为“以米为酿造之源,成为泛米酒类行业领先者”的目标而不懈努力,确立核心价值突出,具有持久成长性的酒业上市公司形象,在商业模式创新、企业运行质量、市场地位、品牌影响等方面凸显行业优势地位。

三、 股权结构



四、 公司治理

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，公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》和相关法律法规的要求，不断完善公司章程、股东大会、董事会、监事会及各专门委员会的议事规则、工作制度等基本管理制度，规范公司运作。

金枫之“疫”举

一、 捐助善款 抗击疫情

自新冠疫情爆发以来，金枫酒业及旗下子公司共向本地区各级红十字会合计捐赠人民币 70 万元，用于支持防控新型冠状病毒感染的肺炎疫情专项行动，用企业的社会责任与担当，尽力帮助铁路、社区防疫岗位最一线的志愿服务者们。

二、 坚守一线 守护平凡

在抗击疫情的关键时期，金枫酒业各级工会及时响应、正确引导、全力保障，协同做好公共及个人卫生宣传和防控工作，组织召开疫情防控专题会议，安排应急值守，制定应急预案和管理办法，明确职责、任务和管辖范围，确保生产经营工作有序开展。

随着春节返工复工将近，上海各大交通枢纽、社区等地区面临的防疫形势日益严峻，防疫工作的社会志愿者招募得到了极大响应。公司热心员工勇当自愿者协助医疗、交警部门做好道口排查工作，询问往来车辆情况，为车内乘客测量体温；负责金山区枫泾镇新元村的进入检查，与其他志愿者 24 小时轮流值班，在寒冷的夜里，默默守护这座城。

三、 服务社区 保障民生

年初疫情期间，公司旗下无锡振太销售团队根据防控形势，努力推行无接触配送销售模式，通过建立服务群帮助终端店主进行产品无接触配送，以满足消费者家庭用酒的需求。累计建立零售终端服务群 116 个、消费者服务群 918 个，共配送 84 户消费者家庭，送酒 528 箱，帮助终端补货 2.1 万箱；同时宣传推广防疫等安全知识，积极承担社会责任，团结人民群众共同抗击疫情，总计宣传累计达 33.7 万人次。

经典传承，酿造金枫之卓越

一、 新黄酒 新工艺

（一）推出多款黄酒新品

2020 年，金枫酒业聚焦“泛米酒”战略，围绕年轻化、场景化、高端化、健康化等，多维度打造新一代产品集合，培育产品多元化布局，公司突破原有黄酒产品，完成醉蟹酒等全新产品开发上市，持续品牌建设，统一品牌露出形象。公司开发储备清酒、金酒、起泡黄酒在内的新品类，从年轻、颜值、低度、健康等维度作突破，寻找泛米酒行业蓝海，拓宽现有黄酒消费群体。

- （1）挖掘懒人经济市场潜力，打造消费场景，推出熟醉蟹特调酒；
- （2）完成石库门锦绣 12、经典 20 产品包装升级，并顺利切换。
- （3）冰和全新优化升级，选择年轻人喜欢的小瓶型，增强社交属性。

（二）强化产学研合作

2020 年，金枫酒业继续加强同江南大学、中国食品发酵工业研究院和上海农科院作物所等单位科研合作，分别从原料选择、生产过程质量控制及基酒分级和新产品、新技术开发等方面设定课题，开展合作研究。

（1）与江南大学签订合作协议，主要以稻米种类对黄酒酿造的影响研究及金枫黄酒品控系统开发，不断提升黄酒风味口感。

（2）与中国食品发酵研究院签订合作协议，主要研究馥郁香黄酒和利口黄酒新产品的开发，为新黄酒的口感扩展边界。

（3）与上海农科院作物所共同研究日本清酒用米相关标准，开展最适酿造黄酒专用米研究。

此外，金枫酒业和第三方知识产权机构紧密合作，建立金枫酒业专有的知识产权数据库，并加强发明专利、实用新型申请和授权代理的构建，实现公司多种新工艺的储备。

二、 明责任 抓管理

（一）加强渠道管理 提升市场份额

2020 年，金枫酒业以“一引一稳一升”为工作目标，开展渠道覆盖拓展工作，以引领黄酒高端化发展为思路，稳固核心产品份额，提升市外区域市场份额。

在上海核心市场，完成各档次产品线梳理，明确核心产品以及核心产品运作的主渠道，落实销售人员以服务终端建设为主，规范销售人员终端拜访标准并加强终端拜访督查力度，不断提高终端服务质量。

为突破因为消费习惯影响导致的区域壁垒，金枫酒业加大对安徽、江西等市场的

招商力度，力推高端产品锦绣 12，面向全国其它市场，公司主动集中出击，抢占市场，采用深度扁平化管理，增强与渠道商的合作关系。

（二）开展内外对标 提升管理水平

根据公司开展内外对标的总体要求，通过周报月报监督机制以及对标量化指标体系的建立，明确目标，有序推进，相关子分公司及部门在终端管控、绩效管理、产品精简、降低酒损等方面取得明显效果。通过全面对标学习，提升整体管理水平，提高工作效率。为学习业内企业对于市场、销售等方面的优势经验，公司班子与主要骨干先后考察行业内外先进企业，对标公司内部管理，有针对性地落实相关建议措施。

三、 降成本 添动力

（一）降本增效 蓄力发展

2020 年度，公司从整体出发逐步构建统一、高效、严格的成本管控体系，推进降本增效，形成价值取向的“源动力”，助力高质量发展。

报告期内，公司以三家生产单位为成本质量中心，形成三个生产基地协同发展的生产模式，强化成本质量控制的绩效评价体系、优化内部管理流程、强化三个生产基地技术交流与管理对标、优化母子公司事权制度，统一主要原料采购标准、生产工艺标准、产品质量标准，石库门公司与无锡振太以规模化生产为主，绍兴白塔以绍兴原产地、小批量、特色化、个性化产品生产为主，满足市场需求。

在成本端，金枫酒业从供应链的角度优化产品链、信息链和资金链，使供应链上的总成本更低、速度更快、效率更高、服务更好，从而提高供应链优势，在竞争中发挥价值作用。

在销售费用端，金枫酒业主动优化费用投入，制定《销售费用控制激励方案》。通过费用管控，费用投入对象实现从经销商逐步向终端和消费者倾斜，针对终端和消费者的费用投入增加到 51%，有效优化费用使用结构。

（二）多元营销，打造“新体验”

2020 年度，金枫酒业围绕战略定位，深度挖掘产品卖点，从原料产地、原料筛选、数字化技术、酿造工艺、发酵时长等多维度出发，用精细化数字体现产品优势，使产品与消费者之间形成更直接的沟通，打造全新的消费体验。在跨界合作这一营销战略指引下，公司根据不同产品定位，结合品牌优势资源，展开多渠道的跨界合作、

多维度的营销活动。如：

- （1）与叮咚买菜平台联名合作，拓展线上营销渠道，打通“新零售”。
- （2）与驴妈妈合作上海主题伴手礼，以时下最流行的盲盒形式推向消费者，在驴妈妈旗下伴手礼平台做线上推广。
- （3）与雷允上联合开发轻养生黄酒，满足年轻人追求健康养生的需求，拓展产品渠道的宽度。
- （4）建立小红书、抖音、微博、腾讯视频、B 站等企业新媒体矩阵，扩大品牌传播效果，开拓年轻消费市场。
- （5）结合叮咚、盒马等垂直生鲜平台和外卖行业，层层打通市场，与光明随心订携手，推出 2 款生鲜酒礼盒；
- （6）通过买冰和赠小龙虾的形式，在夏季吸引消费者购买黄酒，通过灌输消费者黄酒冰饮的概念，打造全新消费体验。
- （7）开拓营销思路，聚焦区域及产品，参加“2020 五五金山购物节”。
- （8）以高铁列车冠名、高铁站到达通道、高速高炮广告牌等媒体形式树立品牌高度、提升品牌形象。

四、搭平台 谋未来

（一）搭建“海派黄酒研究会”，助力海派黄酒健康发展

2020 年，金枫酒业联合餐饮协会、酒协、高校等机构，在行业标准、技术层面及文化层面，举办首届海派黄酒健康发展论坛，借此次论坛契机，成立隶属于上海酒协的“海派黄酒研究会”，焕新海派黄酒，进一步推动海派黄酒创新、时尚、健康的新理念，新未来。

金枫酒业作为国内率先实现黄酒工业化生产的上市企业，通过其领先的科研平台，以产品创新、跨界合作等方式进一步推进产品结构及品牌的升级，打造时尚、科技、创新的特有标签，致力于探索海派黄酒差异化的发展之路。金枫酒业旗下以“和酒”与“石库门”品牌为代表的海派黄酒在传统与现代的碰撞中诞生，推动了黄酒产业向口味多元化、包装时尚化、场景商务化、消费升级化等方向发展，实现了黄酒行业的快速升级与深度转型。此外，金枫酒业持续创新黄酒饮用方式，温饮、冰饮、鸡尾酒及餐酒搭配，开发海派黄酒专用酒具，使黄酒饮用方式更具时尚感、社交性，从

而助力海派黄酒的健康发展。

未来，金枫酒业将振兴海派黄酒为己任，以科技与文化赋能海派黄酒健康发展，为行业带来全新活力与转型契机，开拓独树一帜的海派之路。

（二）制定“十四五”战略发展规划

2020 年，金枫酒业在三年战略规划（2019-2021 年）的基础上，编制了“十四五”战略发展规划，从产品市场优化发展和资本市场融资扩张双维度阐述了金枫酒业未来五年的发展目标和主要措施，再次明确了金枫酒业后续发展方向。

公司将紧紧围绕未来发展目标，加快推进黄酒高端化、年轻化、区域化转型，开展多元化营销，提升品牌价值，为海派黄酒健康发展提供支持。

历史浑厚，敢承金枫之担当

一、派发红利 价值凸显

2020 年度，金枫酒业发布 2019 年年度权益分派实施方案：以每 10 股派现 0.30 元（含税），合计派发现金红利 1543.86 万元（含税），现金分红比例为 52.43%；同时以资本公积金转增股本，向全体股东每 10 股转增 3 股，合计转增股本 1.54 亿股。金枫酒业以实际行动更好地回馈股东，体现公司管理层对于企业未来发展信心，为公司后续发展奠定良好基础。

二、长效发展 合规共赢

金枫酒业始终注重追求股东价值最大化，聚焦主业，立足长效发展，坚持合规共赢。本年度公司严格规范进行信息披露，加强内部控制，及时规避风险，积极开展投资者关系管理工作，切实保障全体股东合法权益。

（一）规范公司治理结构

金枫酒业严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的要求规范运作，落实公司治理的各项工作。2020 年度，公司股东大会、董事会、监事会的运作与召开均严格按照有关规定程序执行，保证了三会的职能和责任得以履行，有效地维护了股东和公司利益。

（二）完善公司内控结构

继续开展各项管理制度、流程控制的全面梳理，抓住内部控制关键环节，修改和优化内部业务流程，重新修订或增补、完善各项管理制度，修订内控手册。对公司供应商评价管理体系进行重新梳理与完善，从而实现量化管理、优化供应商群体、共享采购信息、监督采购过程、降低采购成本、提高采购信息化水平的目标。

（三）持续加强风险管控

报告期完成了全资子公司上海石库门酿酒有限公司三处地上建筑物的出售相关工作，解决了房产权证与实际使用人不一致的历史遗留问题，进一步规范完善上市公司资产管理。解除控股子公司绍兴白塔酿酒有限公司历史遗留对外担保风险，为其健康持续发展扫除障碍。

（四）严格履行信息披露义务

金枫酒业严格执行《上海证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》等规定，按时间节点要求，准时完成各期定期报告的披露，确保准确无误。主动关注公司重大事项，按披露规则及时发布临时公告，切实保护投资者知情权。

2020 年度，公司共计发布临时公告 38 项，未出现信息提前泄露或者信息披露重大错误。通过真实、准确、完整、及时的履行信息披露义务，使广大投资者全面掌握公司经营动态以及经营质量，坚定投资者信心。

（五）重视投资者关系管理

公司始终重视与投资者的有效互动，通过多种渠道与投资者沟通交流。2020 年度，公司通过上海证券交易所网站投资者互动交流平台回答投资者问题共计 15 条，利用“上证 e 访谈”平台举办 2020 年度网上业绩说明会活动 1 次，回复股东来信 1 次。通过多元化投资者互动形式，实现多层次的投资者交流活动覆盖，使投资者能全方位的了解公司的发展战略、经营情况、财务状况、新品研发、利润分配的重点问题，提高了公司透明度的同时，充分保障了投资者的知情权。

三、 人才强企 幸福员工

金枫酒业始终坚持以人为本的发展理念，持续推动人才战略。公司在将安全生产、合规用工放在首位的同时，注重人才培养，关注员工生活与精神塑造，帮助员工实现个人价值提升，营造良好的工企关系，与员工相伴成长。

（一）全方位保障员工生产安全

2020 年，公司严格落实“党政同责、一岗双责、齐抓共管”的安全生产责任体系，全年共开展安全检查 28 次，与相关部门和员工签订安全生产目标责任书、安全生产承诺书等，明确安全责任；组织员工开展各类安全培训，并进行相关测试，不断从内容和形式上提高员工安全意识，加强防范。

在新冠疫情蔓延阶段，公司不断加强新冠疫情防范，全面做好复工复产准备，精准采购防疫物资，避免员工交叉感染。2020 年度，公司各级工会累积采购共计口罩 25750 只、洗手液 140 余瓶、消毒液 95 公斤、温度计（额温枪、耳温计）5 支、喷壶和喷雾器工具等。全年共投入 113081 元专项防控资金购买防护、消毒、清洁用品等防护物资慰问一线员工，共计服务职工 2426 人次，切实保障员工人生健康。

（二）坚持人才战略 关注员工价值

金枫酒业重视人才培养，以多种形式关注员工个人成长，保障员工价值实现。公司通过组织安排各类培训，提升员工技术技能、安全意识、管理能力等，力求员工与公司共同发展，共同进步。

1、开展领导力培训，提升员工综合能力

2020 年度，公司对中、基层管理员工及人力资源项目组绩效管理辅导，介绍绩效管理 PDCA 循环，并通过案例互动提升管理层对绩效管理的认识；为部门一线管理进行绩效面谈、高效人士的七个习惯、思维导图、PPT 提升训练等的专题辅导培训，提升管理人员综合素质；带领销售、市场、渠道管理部走进阿里，“感受阿里魅力，探求阿里成长”。通过多层次的培训体系，全面提升员工综合能力。

2、组建内训师队伍，促进内部资源

2020 年，公司组建金枫酒业内训师队伍，分享内部课程资源，促进员工自身经验分享、互助交流。目前公司拥有内训师 20 人，品牌课程 39 个。公司人力资源部作为管理部门，不单挖掘和培养师资力量，更新和完善培训教材，还协助各单位实现内部资源共享，促进培训讲师的内部交流和讲课活动，旨在提高全员技术技能和素养，促进经验分享。

3、补充新鲜血液，充实中端力量

公司结合业务发展需求，采用内培外招的形式，不断丰富各板块工作的人员结构，增强企业活力。2020 年企业全年为社会解决新增就业岗位 95 人，并持续每月开展“新员工座谈会”，了解职业心态，促进内部成长，充实公司中端力量。

（三）首用“云”活动 丰富员工生活

2020 年，疫情肆虐华夏，给人民的生产、生活方式带来深远影响。金枫酒业结合各项防疫工作要求并从职工易操作、广参与角度出发，创造性采用“云”方式开展各项文体活动，丰富员工生活。

1、纪念 110 周年“三八”国际劳动妇女节系列“云”活动

2020 年，金枫酒业参与筹划、组织第五届海棠大厦楼宇趣味运动会；积极组织女性职工参与纪念 110 周年“三八”国际劳动妇女节系列“云”活动，其中 5 名女职工获得糖酒集团工会以“大美中华，最美人文”为主题的优秀艺术作品入围奖；202 名女性职工参与观看光明集团工会组织的“女性健康身心”主题直播。

2、举办线上金枫酒业第二届职工艺术节

2020 年，金枫酒业第二届职工艺术节正式开启“工家云”线上通道。本次艺术节采用“云”模式，共设置 3 个活动阶段、9 个艺术类项目，含班组建设看板设计、手工品、绘画、摄影、短视频拍摄等内容，活动时间跨度从 8 月中至 10 月底，共征集 220 件艺术作品，1000 余人次参与活动，丰富了员工业余生活。

3、参加 2020 糖酒集团“第一食品杯”职工新零售直播大赛

2020 年，金枫酒业派出 5 组（10 人）队伍参与 2020 糖酒集团“第一食品杯”职工新零售直播大赛。通过职工积极学习和参与“直播带货”新零售模式，更好提升金枫品牌影响力和知名度，同时在比赛中充分展现金枫员工的精神风貌，为“新零售、新模式、新人才”参赛理念做优质形象代言。

（四）以人为本，关爱员工

公司重视人文关怀，开展各类民生工作，通过家访等方式及时掌握困难职工情况，维护职工权益，开展各类慰问，建立关爱职工长效机制。

1、帮扶困难职工

金枫酒业高度重视困难员工生活问题，并结合节假日时间，走访困难职工及退休职工。2020 年度，公司共计帮困 216 人次，帮困金额 550900 元，走访慰问居家、住院老干部 39 人次，下发慰问金及各类生活补贴 43950 元；慰问老干部家属 4 人次，慰问金 4000 元。

2、重视职工保险

公司重视职工保障，全体职工参（续）职工互助保障保险共计 593 人，参保金额 166040 元。全体会员参工会会员专享保险共计 1010 人。

3、开展工会慰问

2020 年公司有序开展夏季防暑降温工作，共计慰问 2046 人次。公司工会积极响应针对偏远地区“爱心扶贫，精准采购”工作，全年通过市消费扶贫工作平台采购总计金额 57 万元职工慰问品。

四、 精诚合作 共享价值

（一）重视供应商管理

公司重视与供应商关系管理，在“选好米，酿好酒”战略指引下，一是完善招投标制度评标细节，二是建立供应条线的沟通学习群，为供应商监管评价、问题处置、沟通交流提供公平、公开、公正的制度平台。围绕酿造、生产环节中出现的各种共性问题，公司多次组织供应商与厂方之间现场研究交流，现场发现并解决问题，建立起了顺畅的问题导向沟通渠道与沟通机制。

公司以“就近、集中、保障、高效”原则，明确权责、优化流程、强化内部协同，做好供应商竞合分级管理与绩效指标管理，建立供应商评估管理体系与合格供方名录。

（二）强化经销商管理

为加强市场管控，确保市场秩序的稳定，保证客户利润，提高客户积极性，公司制定了“金枫核心产品价格稳定考核细则”与“核心产品价格体系标准”，进一步加强终端和团队管理。

五、 匠心品质 回馈消费者

（一）优化产品质量管理体系

2020 年度，金枫酒业要求公司各职能部门思想重视、密切关注法律法规、国家标准动态，形成公司层面统一质量标准，共同把好食品质量安全。公司从源头把关，关注食品安全，改进甜型酒工艺、合规使用食用酒精并可追溯，做好过程控制。要求三家子公司从原料、菌种、装备、工艺、管理方面生产有各自特色的产品；要注重整个生产过程的管控、密切关注行业信息、政府监管工作内容；注重产品风味把控，从技术上、生产上实现定向发展。

公司深度挖掘产品卖点，从原料产地/原料筛选/数字化技术/酿造工艺/发酵时长等多维度出发，把控产品生产质量，用精细化数字体现产品优势，使产品与消费者之间形成更直接的沟通。

（二）“选好米、酿好酒”

2020 年度，公司秉持“选好米，酿好酒”的企业使命，从源头出发，对采购原料的质量严格要求，明确工艺参数，审核生产商资质，同时不定期监管生产过程，确保产品符合企业标准。

自新原料酿造工作开始，公司严格控制酿造总量，坚持基酒单独存储与管理，做好基酒档案管理。加强与技术中心、生产单位对米的要求，为酿造工艺标准的建立做好服务工作，同时做好“安全品质”、“食品溯源”后期保障工作。

（三）精心酿造、打造海派经典

海派文化象征着年轻、时尚、潮流、经典，近年来金枫酒业产品、品牌传播、营销、价值传递等多方位传播海派经典文化。公司“石库门”、“和”、“金色年华”等品牌作为海派黄酒的经典代表。其中，以石库门及和酒为代表的高中端产品，不仅彰显了上海制造与上海文化的高度，更致力于成为黄酒品牌品类化、快消化的营销模式示范。金色年华更是符合年轻一代消费者的需求，吸引了市场上一大批新的消费群体。

金枫海派黄酒注重消费者的日常饮用感受与时尚的结合，独特的琥珀色、清淡型口感，相对传统黄酒具有更好的色香味，保证了入口的舒适度及饮后感，不仅能代表中国最古老的酒种，更因上海的国际化背景而具有特殊的国际亲和力。2020 年度，公司突破原有黄酒产品，开发出新产品和酒冰和（专为年轻人打造的畅爽黄酒），为海派黄酒增添不一样的风采。

（四）真诚服务，放心售后

金枫酒业加强市场管理力度，优化售后服务制度建设，促进售后管理体系服务水平不断提高。公司通过多元化营销活动，赋予消费者追加价值，提升消费者对金枫品牌满意度。

2020 年公司持续挖掘顾客满意或不满意之关键因素，开展本年度顾客满意度测试专项调查。据统计，2020 年，顾客满意度为 79.65 分，同比微升 0.89 分。

六、海派文化 经典传承

金枫酒业作为海派黄酒领头企业，肩负传承和发扬中华国粹——黄酒的重任。2020 年度，公司在产品设计、营销活动、跨界合作等领域，多维度体现海派文化经典，以传承黄酒文化回馈社会，以黄酒之醇香回馈消费者。作为海派文化的印记之一，海派黄酒也见证着这座城市的融合发展。正如旧石库门里弄与新天地的华丽转身，万国建筑群与陆家嘴地标的时尚碰撞，起源于古时吴越之地的黄酒，正焕发出传统亦新潮、优雅亦多元的全新生命力。

（一）策划开展石库门锦绣 12 品鉴会

本年度金枫酒业以石库门、和酒两大品牌为中心，以市场、消费为导向，采取赞助、冠名、品鉴、巡游等形式，跨界文学类、财经类、美食类、传统民俗等各圈层活动，形成多元矩阵，并紧密联系销售，策划开展石库门锦绣 12 宴大型主题传播活动。

石库门品鉴级海派黄酒“锦绣 12”推出为期一年的“锦绣十二宴”，邀请创业领袖、艺术家、建筑设计师、海派文化收藏家等代表人物担任证言人，带我们感知海派黄酒的优雅与独到之处，共享锦绣人生的非凡体验。各行各业的精英汇聚于此，诞生无数文化艺术的高光时刻，也形成独特的海派精神。在金枫石库门“锦绣 12”身上，也看到来自海派文化的底蕴与谦和包容的时代特性。

（二）第十六届枫泾水乡婚典

作为弘扬中国传统文化，传承民俗风情的特色项目，枫泾水乡婚典是枫泾旅游文化活动的典范。金枫酒业和酒与枫泾旅游公司深入合作，参与水乡婚典细节布置，在场景内展现婚宴中的黄酒文化，使黄酒文化与婚礼相结合，有效传播黄酒文化。

（三）石库门、和酒荣获“2020 年度上海特色旅游食品”

金枫酒业旗下的和酒冰和黄酒荣获 2020 年度“上海特色旅游食品”，时隔三年，石库门海上繁华系列伴手礼、荣尊系列伴手礼也复评成功，再次荣获该项荣誉。本年度，公司从中不断摸索与学习，从创新、颠覆、品控等多方面加强产品的品质和口碑，有机结合传统积淀与时尚创新，让来沪的海内外游客都能买到代表上海地域特色、蕴藏海派文化内涵的食品。金枫酒业将继续深入挖掘并丰富上海的海派文化内涵，酿造更精彩的上海美酒，展现属于上海的“独特味道”。

（四）石库门品牌引领海派经典

金枫酒业旗下石库门品牌不仅彰显了上海制造与上海文化的高度，更致力于成

为黄酒品牌品类化、快消化的营销模式示范。2020 年度，公司通过加大市场活动力度，创新商业推广模式，开展跨界合作，不断提升品牌影响力，重塑品牌形象，更好的服务新消费市场，提升自身品牌价值。

未来，金枫酒业将把握消费趋势，迎合消费者所需，以“新”重塑品牌生命力，引领海派黄酒新潮流，开启品牌增长新空间。

承载使命，开启金枫之绿色

一、节能环保 绿色生产

金枫酒业始终把节约资源和保护环境的高质量发展理念放在首位，严格落实各项排污标准，节能减排，实现企业与环境保护的和谐发展。公司 2020 年 1-12 月累计工业总产值 68347.49 万元，共消耗各种能源按等价值折标准煤 7353.84 吨标准煤，年度万元产值能耗为 0.10759 吨标准煤/万元。

2020 年，公司在增强环境意识的同时，提高管理水平，开展节能降耗以及资源的综合利用，积极维护改造排污设施，为节能减排做出实际行动。

（一）主要污染物排放标准及浓度

1、石库门公司

序号	污染物排放信息	污染物排放种类	
		生产生活废水	锅炉废气
1	监控指标	COD、氨氮、总磷、总氮、pH	氮氧化物、二氧化硫
2	排放方式	处理后纳管排放	检测合格后排放
3	排放口分布情况和数量	石库门厂区：1 个 枫泾厂区：1 个	石库门厂区：1 个 枫泾厂区：1 个
4	排放浓度（限值）	化学需氧量：≤500mg/l 氨氮：≤45mg/l 总磷：≤8mg/l 总氮：≤70mg/l pH：6-9	二氧化硫：≤10mg/m ³ 氮氧化物：≤50mg/m ³
5	执行的污染物排放标准	上海市《污水综合排放标准》 （DB31/199-2018 表 2 三级）	上海市《锅炉大气污染物排放标准》 （DB31/387-2018）
6	核定的排放总量	化学需氧量：379.38t/a 氨氮：35.5028t/a 总磷：10.68t/a 总氮：93.43t/a	二氧化硫：0.005t/a 氮氧化物：23.43t/a

2、绍兴白塔

序号	污染物排放信息	污染物排放种类	
		生产生活废水	锅炉废气
1	监控指标	COD（2017 年监控） 氨氮、总氮、总磷	氮氧化物 二氧化硫
2	排放方式	预处理后纳管排放	检测合格后排放
3	排放口分布情况和数量	1 个	1 个
4	排放浓度（限值）	化学需氧量：≤500mg/l 氨氮：≤45mg/l 总磷：≤8mg/l 总氮：≤70mg/l pH：6.5-9.5	二氧化硫：≤50mg/m3 氮氧化物：≤200mg/m3
5	执行的污染物排放标准	《污水排入城镇下水道水质标准》(GB/T31962-2015)	《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）
6	核定的排放总量	化学需氧量：30t/a 氨氮：2.1t/a 总磷：0.48t/a 总氮：2.7t/a	二氧化硫：0.01 吨/年 氮氧化物：1.59 吨/年

3、无锡振太

序号	污染物排放信息	污染物排放种类	
		生产生活废水	锅炉废气
1	监控指标	COD、氨氮、总磷、总氮、pH、	氮氧化物 二氧化硫
2	排放方式	处理后纳管排放	检测合格后排放
3	排放口分布情况和数量	1 个	1 个
4	排放浓度（限值）	COD：≤500mg/l 氨氮：≤45mg/l 总磷：≤8mg/l 总氮：≤70mg/l pH：6-9	二氧化硫：≤50mg/m3 氮氧化物：≤200mg/m3
5	执行的污染物排放标准	《污水排入城镇下水道水质标准》(GB/T31962-2015)	GB13271-2014《锅炉大气污染物排放标准》表 2
6	核定的排放总量	PH:6-9 COD:5.896（t/a） 氨氮：0.41（t/a） 总磷：0.59（t/a） 总氮：1.58（t/a）	二氧化硫：0.073t/a 氮氧化物：3.383t/a

（二）噪声

三家生产单位生产设备均选用低噪声环保达标的设备，设备基础采取减振措施，

设备管道采用柔性接头，蒸汽系统安装消声疏水器。各监测点位噪声值均符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)3类功能区排放标准：昼间时段 65db(A)。

二、多措并举 绿色发展

为贯彻《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国大气污染防治法》、《上海市环境保护条例》，加强对废水、废气等污染物的排放控制，无锡振太在 2020 年度投入实施了以下两个环保方面的项目：

1、于 2020 年 6 月实施完成了四台燃气锅炉的低氮燃烧器改造项目，7 月份改造、验收完成。改造后废气的各项排放指标均能满足超低排放要求。

2、实施 800 立方处理能力的污水处理系统改造及六因子在线监测项目，以满足《污水排入城镇下水道水质标准》(GB/T 31962-2015)。2020 年 10 月底本项目完成整体验收，出水达到《污水排入城镇下水道水质标准》(GB/T 31962-2015)要求。

绍兴白塔于 2019 年 12 月对污水排放管网进行疏通改造，总投资约为 18 万元，2020 年 6 月完成。2020 年 10 月取得新的城镇污水排水管网许可证。

载誉而来，翘首金枫之荣誉

一、企业荣誉

金枫酒业荣获 2020 年中国酒业金樽奖“最具增长潜力品牌”；金枫酒业石库门荣获 2020 年中国酒业金樽奖“中国酒业明星产品”

金枫酒业“2020 中国酒业上市公司品牌价值榜”TOP 29

金枫酒业获“爱在浦江 幸福今生”上海百名抗疫新人盛世婚典·爱心公益奖

金枫酒业荣获 2020 “年度上市公司创新发展”金勋章奖

每经口碑榜-最佳上市公司董事会

金色年华冠名的上海男排获得联赛冠军（六连冠）

二、 产品获奖

金枫酒业石库门荣获 2020 年中国酒业金樽奖“中国酒业明星产品”

金枫熟醉蟹特调酒荣获“2020 中国传统发酵食品年度新品奖金奖”荣誉。

三、 个人荣誉

毛严根：上海市劳模、上海市非物质文化遗产传承人

袁军川：金山区市非物质文化遗产传承人

未来展望，共酿金枫之美好

2021 是金枫酒业落实新三年（2019-2021）发展战略规划的收官之年，也是金枫酒业贯彻“十四五”规划的开篇之年。金枫酒业将聚焦“以米为酿造之源，成为“泛米酒”行业的领先者”的战略目标，围绕“选好米，酿好酒”的经营理念，深化改革，突破传统、持续创新，将自身打造成为高端品牌形象突出、核心优势明显、工艺设备先进、资源配置完善、网络基础扎实、管控体系严密的酒业上市公司，为企业“十四五”开局奠定良好发展基础。

协同奋进，共谋发展。金枫酒业将聚焦渠道管理，扩大终端销售，持续提升服务质量，加强营销管理，为公司的高质量发展提供保障；公司将紧跟时代潮流、延展产品类别，扩展消费人群，开展年轻化、高端化、时尚化经营；公司将加快数字化管理项目的实施，科学建立数据管理决策体系，全面提升企业数字化经营能力；公司将继续推进技术升级，品牌创新，共享市场资源，提升黄酒价值回归。

凛冬散尽，星河长明。山河依旧，四海清平。在告别了充满坎坷与光明的 2020 后，金枫酒业又迎来了朝气蓬勃的“十四五”开局之年。公司将紧跟国家的脚步，追寻社会责任与企业自身健康发展的平衡，把企业发展和社会价值推向一个新的高度。