

安徽古井贡酒股份有限公司

2023 年度董事会工作报告

2023 年，是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是极不平凡的一年，也是公司跨越 200 亿的关键一年。公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，认真贯彻落实党的二十大精神和省市党代会精神，全面贯彻新发展理念，围绕公司年度目标，坚持长期主义、极致思想和精品意识，牢牢把握高质量发展首要任务，推动各项工作稳中有进、稳中提质、稳中增效，圆满完成 2023 年度各项目标任务，顺利跨越 200 亿。

2023 年度，公司实现营业收入 202.54 亿元，同比上升 21.18%；归属于母公司净利润 45.89 亿元，同比上升 46.01%；每股收益 8.68 元，同比上升 45.88%。

一、报告期公司总体经营情况

（一）“品牌”求美，品牌影响力逐年提升

公司以“品牌复兴工程”为指引，强化数字营销，抓好消费培育，资源整合，深化古井、明光、黄鹤楼一体化营销体系建设。坚持“品牌求美、高举高打、资源聚焦”的传播策略，创新传播形式，持续打造高铁、春晚 IP。持续推进中国酒文化全球巡礼，古井贡酒·年份原浆文化研究院柏林中心、巴黎中心、伦敦中心，以及澳门中心先后揭牌，“中国酿 世界香”的“酒旗”更加深入人心。经第十五届华樽杯中国酒类品牌价值评比，古井贡品牌价值再创新高达 2,931.02 亿元。

（二）“品质”求真，产品质量稳步提升

围绕“储酒育人”战略，落实“三品工程”，练强内功，提升品质。完善从一粒粮到一滴酒的产品全生命周期质量体系，严格落实生产工艺执行，持续优化酿造工艺。精益生产深入推进，供应链效率进

一步提高。科学调度、高效协同，关键效率指标持续优化。公司荣获“全国产品和服务质量诚信示范企业”“全国质量检验稳定合格产品”，“古井贡”成功入选“中华老字号”。

（三）聚焦科研，推进科研平台深化运作

不断深化合作交流，科研创新平台建设再结硕果。统筹推进中国白酒健康研究院、古井贡酒·年份原浆粮食研究院、古井贡酒·年份原浆品质研究院工作，重点推进白酒健康、酿酒原粮、品质项目课题，提高产学研成果转化应用。成功申报国家“十四五”重点研发计划，“固态发酵智能酿造技术安徽省重点实验室”揭牌运行。公司荣获“中国食品工业协会科学技术奖一等奖”；1项成果获安徽省科学技术进步奖二等奖，获得专利授权共计38项。

（四）创新模式，数字化古井建设向纵深推进

在数字化转型战略的推动下，推进“白酒+互联网”数字化建设，创新打造“1+2+6+N”数字化古井新模式，以高标准、高效能的数字化建设推动公司高质量发展。建设古井数据中台，打通数据孤岛，激活数据价值，助力科学决策。建设工业物联网平台，为智能工厂和数字车间建设按下“加速键”。以灯塔工厂为指引建设MES系统，助推OT与IT融合，加速智能制造转型。

（五）聚焦变革，企业管理释放新动能

深化国企改革三年行动，推动机制体制改革措施落地。加大管理人员竞聘上岗及末等淘汰和不胜任退出制度，不断健全管理人员轮岗、挂职机制，古井人才动能进一步激活。内部控制体系进一步完善，全面压实安全主体责任，安全生产实现“四无”目标。

（六）党建引领，展现公司新气象

深入学习宣传贯彻党的二十大精神，全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，推动主题教育走深走实。继续突出党建引领作用，

持续深化“转作风、改方式、强执行”专项行动，抓紧抓实意识形态工作。

（七）报告期内，公司还存在以下压力和不足

1.行业分化与变革加速，产品力、品牌力、渠道力需要进一步提升；

2.企业内部管理体制不够高效，与发展规模不适应，内生动力需要进一步激活。

二、报告期内董事会日常工作情况

（一）董事会的会议情况和审议通过的主要事项

报告期内，公司董事会共召开了6次会议，会议主要审议通过了公司2022年度利润分配的预案、公司2022年年度报告及摘要、公司2022年度内部控制自我评价报告、公司2023年第一季度报告、公司2023年半年度报告及摘要、公司2023年第三季度报告、换届选举等重大事项。

（二）董事会对股东大会决议执行情况

报告期内，公司董事会根据《公司法》《证券法》和《公司章程》等有关法律法规、规章制度的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真、及时执行股东大会通过的各项决议。

三、公司治理结构情况

公司成立以来，严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《上市公司规范运作》和《上市公司独立董事管理办法》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，公司按照《企业内部控制基本规范》与《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等文件的要求，开展了内部控制活动，进一步完善了内部控制体系，促进了公司规范运作和健康发展。董事

会、监事会、经理层等机构严格按照规范性运作规则和内部管理制度的规定进行经营决策、行使权利和承担义务，确保了公司在规则和制度的框架中规范运作。

报告期内，公司严格按照深圳证券交易所的相关规定，本着“公开、公平和公正”的原则，认真、及时地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，使公司所有股东均有平等的机会获得公司所公告的全部信息。

综上所述，公司建立起符合上市公司要求的公司治理结构，公司治理的实际状况符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件要求。

四、公司对未来发展的展望及新年度经营举措

（一）公司所处行业发展前景

1.消费升级趋缓，白酒增长逻辑调整

从消费场景的角度看，宴席火爆与商务偏弱是 2023 年出现的最明显特征，带动整个白酒消费结构出现短暂下移。2024 年将是白酒行业逐渐复苏的关键起始年，白酒之前十年的增长逻辑是消费升级带来的价格上涨和产品结构上移，很多企业出现“量减价增，持续上行”现象。但随着经济的不确定性增加，消费的理性化，政商消费场景减少，人口老龄化和出生率下降等变量因素的出现，中国酒业将从以前“价格上涨的逻辑”进入到“全要素的竞争逻辑”。

2.市场分化加剧，行业集中度不断提高

从行业竞争格局来看，集中度正不断提高，呈现向头部名酒品牌和区域强势品牌“双集中态势”。2024 年白酒行业将继续呈现“强者恒强，弱者衰退”的趋势，优势产区、头部企业和名优品牌将进一步巩固其市场地位。同时，企业间的分化趋势也将持续，具有竞争优势

和创新能力的白酒企业会有更多发展机遇，在双集中的趋势之下，品牌要升空，营销更要落地，深度的下沉获取挤压式的、替代式的增长成为核心。

3.品牌塑造升级，品质表达加速

白酒行业进入品牌化发展已成为趋势，白酒行业集中度不断提高，也是头部酒企品牌力释放与增强的结果。从买“商品”到买“价值”，白酒企业需要通过提高品牌附加值的方法吸引消费者，品牌因素在市场竞争中的作用越来越大，未来高势能品牌打造将会加速；品质是品牌的基础，但过去白酒品牌更多的是从历史、文化、荣誉等方面塑造品牌。新的竞争环境下，消费者更加注重产品的品质，品质表达在市场竞争中的重要性将会加强。

4.数字化驱动，营销模式升级

数字化手段的引入使得酒企营销更立体，数字化渠道营销也日益成为酒企强化优势的通道。酒企将丰富营销策略，构建数字化系统，推出扫码红包等活动，促进动销和提高开瓶率，提升费用效率；利用数字化平台精准触达目标人群，增强宣传效果；加强市场监控，推行“多码合一”，数字化平台监控产品流向，防范窜货风险，监督库存变化，使营销节奏更精准和市场化。

（二）公司发展战略

1.坚定不移推进“战略5.0、运营五星级”方略

全面践行战略5.0，让“以用户为中心”的思维在公司得到全面、深入的贯彻。扎实打造“运营五星级”，增强合力，提质增效，优化服务，促进企业健康高效运行。

2.坚定不移推进改革创新战略

深入推进营销创新、技术创新和机制创新，催生企业内生动力。

3. 坚定不移打造“人才高地”战略

加大招才引智力度，建立柔性引才借智机制。创新人才培养模式，自主培养开发与吸纳引进并举。

（三）2024 年度公司经营计划

2024 年计划实现营业收入 244.50 亿元，较上年增长 20.72%；
2024 年计划实现利润总额 79.50 亿元，较上年增长 25.55%。

（四）公司面临的风险

- 1.白酒行业集中度提升、两极分化加剧，竞争日趋白热化；
- 2.外部环境更趋复杂严峻和不确定。

（五）经营举措

1.品牌建设方面

持续聚焦主流媒体，同时强化新媒体建设，提高宣传协同效应。继续打造央视及卫视春晚 IP、高铁 IP，深度挖掘浓香型的品质表达、文化内涵。借助直播、短视频平台持续提升品牌活力，加大电商、回厂游、体验店等多渠道引流，线上线下形成合力，持续扩大引流范围和引流效果。

2.市场营销方面

继续坚持高举高打，锚定“全国化、次高端”战略，持续深化“三通工程”，优化产品结构和客户结构；统筹推进国内国际两大市场，国内加速推进全国化进程，做强省内市场，提速省外市场，做精重点市场。国际利用“一带一路”契机，全面启动全球招商，寻找最佳代理；继续坚持以古 20 为战略支点扩大次高端消费群体。

3.生产管理方面

推进储酒工程，加快重点项目推进，强化白酒自动化生产能力，完善产能储备、灌装能力及配套设施；做强品质工程，搭建古井贡酒独具特色的“大品控”体系。强化横向管理，把控“从粮香到酒香”

生产全流程；强化纵向管理，自下而上夯实各级质量管理人员的主体责任，使质量管控无死角、无遗漏、无盲区。围绕“三品”“透明工厂”“四大研究院”，继续深耕品质表达，实现科技语言向百姓语言的转化，推进古井贡酒健康、风味、品质、文化全维度提升。

4.工程建设方面

加快推进智能园区项目进度，完成新车间智能化、自动化建设，实现产量、质量、效率明显提升。

5.信息化建设方面

加快推进“数字工程”，提升数字化管理能力。深入推进数字技术与生产制造深度融合。加大数字化营销力度，提升用户体验感。优化数字化生产模式。推进MES上线，持续促进IT与OT融合，整合数据资源和自动化优势，进一步优化生产工艺，提高效率、降低成本，让数字产生酒香。

6.安全环保方面

全面压实安全责任制，强化消防管理，筑牢安全防线。强化污染物源头治理和过程管控，进一步压减污染物排放量，推进废弃物循环利用。持续推进系统节能、环保工程，实施光伏项目建设、储能技术应用研究、绿电双边交易、均衡用能用水，统筹完善节能管理顶层规划和双碳实施方案。

7.内部管理方面

加强创新人才激励机制，巩固国企改革三年行动成果。深入推进“任期制”“举牌对赌”“内部市场化”“独立法人制”改革，以更加灵活的用人及激励机制，进一步激发潜能、释放活力，切实提高核心竞争力。

8.企业文化建设方面

持续落实“做真人，酿美酒，善其身，济天下”的企业价值观，

加强管理，品行求善。以古井贡酒·年份原浆文化研究院为依托，主动探索、传播中华优秀传统文化，不断落实古井贡献文化、正字文化。同时借助国际化新古井步伐，创新文化传播方式与途径，让中国白酒成为世界的语言。

2024年，公司将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神及省委省政府、市委市政府各项决策部署。以“三品工程”为施工图，日夜兼程、携手共进、聚力成势，深入实施新一轮国企改革深化提升行动，拉高标杆、争先进位，冲向300亿，在新的征程上再谱新篇章、再创新辉煌。

安徽古井贡酒股份有限公司

董 事 会

二〇二四年四月二十七日