

安徽古井贡酒股份有限公司

2016 年度董事会工作报告

2016 年是“十三五”开局之年，也是推进供给侧结构性改革的攻坚之年，品质消费时代已然来临。随着白酒行业的深度调整筑底反弹，中国名酒厂家基本面不断向好。公司秉承“做真人，酿美酒，善其身，济天下”的企业价值观，围绕白酒 5.0 战略，强化品牌推广与品质提升，打造运营五星级，采取一系列行之有效的经营举措，较好完成年度经营目标。

2016 年，公司实现营业收入 60.17 亿元，同比上升 14.54%；利润总额 11.51 亿元，同比上升 19.09%；归属于母公司净利润 8.30 亿元，同比上升 15.94%；每股收益 1.65 元，同比上升 16.20%；经营性现金净流量 11.83 亿元，同比上升 49.76%。

一、报告期公司总体经营情况

（一）聚焦战略 5.0，不断增强白酒主业核心竞争力

1、“双品牌”开创新格局。报告期内公司面对复杂的经济环境，积极探索外延式发展，持续布局全国化，发挥协同融合效应。

2、市场建设深耕发力。2016 年，公司继续发力“组织下沉、渠道下沉、人员下沉”，实施触点管理，不断裂变销售终端单元，激发活力；加强目标预算、过程 KPI 与绩效考核，市场建设不断深入。

3、产品体系持续优化。年份原浆被中国食品工业协会白酒专业委员会，授予“1985-2015 中国白酒历史标志性产品”。成功推出健康型新品 37°C 毫菊酒，开启古井贡酒健康酒的新思路，创新推出年份原浆 G20、古井贡酒 1989，不断丰满产品线。

4、品牌价值美誉度不断提升。积极推进品牌建设，举办一系列活动和推广。抓住国家“一带一路”战略机遇，古井贡酒走进中东欧。

报告期内，古井贡酒品牌价值达 492.59 亿元。

（二）创新管理工具和方法，激发管理活力，提高科技创新水平

1、探索内部市场化，深度应用信息化。报告期内公司推行内部市场化考核机制，激活了内部活力和动力；客户管理系统（CRM）、统一呼叫中心等项目取得阶段性进展。

2、加大科技创新，科研成果取得多重突破。2 个项目入选国家十三五重点研发计划，1 项技术成果通过省级科技成果认定，4 项技术成果转化应用于生产，2 项省地方标准评审通过。院士工作站、国家级博士后科研工作站顺利通过绩效评定，安徽省固态发酵工程技术研究中心通过验收，省级企业技术中心年度考核优秀。公司获得安徽省质量奖。

（三）优化考核内容，提升管理人员水平

1、优化绩效考核内容，强化考核奖惩力度，修订完善考核奖惩等制度，简化绩效考核指标，突出考核重点，公开考核结果。

2、进行人才梯队建设，公司针对性的开展核心营销人才、核心技术人才、核心管理人才培育培养，取得良好的培训效果。

（四）围绕“两学一做”和古井核心价值观，持续提升公司品牌形象

报告期内，公司大力开展“三严三实”专题教育和争当“四个自觉”模范专题教育，深入贯彻“两学一做”“讲看齐、见行动”系列学习讨论活动，强化教育引领。把公司“做真人，酿美酒，善其身，济天下”的企业价值观和党建结合，推进党管一体化，塑造学习型、创新型、感恩型企业。

（五）报告期内，公司还存在以下压力和不足

1、区域性竞争压力和传统制造业成本上升。

- 2、员工成长动力不足，企业机制不够灵活。
- 3、毛细血管管理还不深不透，“懒散疲痞娇”现象不同程度存在。

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4次会议，会议主要审议通过了公司2015年度利润分配的预案、公司2015年度报告及年度报告摘要、公司2015年度内部控制自我评价报告、公司2016年一季度报告及摘要、关于收购武汉天龙黄鹤楼酒业有限公司51%股权、公司2016年半年度报告及摘要、公司2016年第三季度报告及摘要等重大事项。

（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》、《上市公司规范运作指引》和《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、行业调整筑底反弹，恢复性增长，行业发展进入新常态

白酒行业持续调整五年来，各大酒企纷纷调整产品结构，下沉渠道，由名酒转向“民”酒，以适应市场的变化，围绕中低端消费市场竞争强度持续加大。行业集中度不断提高，分化明显。

近年来，中国名酒领军企业在团队、战略及产品等方面调整基本到位，一线名酒企依靠强大的品牌影响力和产品品质持续复苏，增长势头明显，格局初步已定；区域性中小酒企面临洗牌，区域性名酒处于市场竞争的夹心层，行业发展进入新常态。

2、白酒消费升级明显，品质消费时代来临，追求健康饮用白酒

近年来，居民收入不断提升，社会大众消费不断升级，由此带来消费者对品质消费方式的追求。具体到白酒，少喝酒，喝好酒，喝有品牌、品质的酒等等这样一种健康的饮酒方式已渐渐成为人们的追求。在2017年的糖酒会上，“健康酒”再次成为一个备受关注的焦点话题，名酒厂家都纷纷推出了各自的健康白酒新产品来冲击这一潜力市场。

3、白酒行业将进入渠道融合新时代，渠道的发力点将聚焦在终端

在白酒行业深度调整的背景下，酒企逐渐变革与转型，消费碎片化和多样化，新型渠道不断涌现。以消费者（C端）为主的众筹、定制、电商等模式，仅仅只能作为一种补充，短期内还无法形成市场主流。因此，白酒传统渠道地位不会被磨灭，未来渠道发力点将聚焦终端（B端），通过互联网打通终端（B端）的线上线下的融合，未来白酒行业将进入渠道融合新时代。

（二）公司发展战略

1、坚持在优化中发展，加快“调整、提升、改造、转型”进程，调整产品结构，提高产品质量，加强人力资源开发与管理，完善压力传递机制，强化考核执行力，提升人员素质，优化人才结构，打造和谐共赢的企业团队。

2、坚持实施全面创新战略，提高自主创新能力，技术创新与管理创新、制度创新、观念创新相结合，加快企业信息化建设，实现资源优化配置和信息共享，发挥协同效应。

3、坚持实施品牌拉动，加强品牌建设，全面提升品牌形象，努力成为中国最好的白酒企业。

4、成为具有社会责任的企业。勇于承担对股东、对员工、对客户、对合作伙伴、对社会、对环境的责任，积极塑造和谐企业。

（三）2017年度公司营业收入计划

2017年公司营业收入计划在不低于2016年的基础上，努力实现增长。

（四）公司经营风险

1、宏观经济进入新常态，白酒行业调整筑底，名酒企业复苏迹象明显，市场竞争进一步加剧。

2、营销渠道的变革，消费群体和消费结构的转型，互联网对传

统产品渠道的冲击。

3、假冒侵权产品的不利影响。

（五）经营举措

1、市场营销方面

持续做大做深市场，继续推进市场精细化运营管理，筑牢根据地市场和主力核心市场。坚持多市场共振，积极推进全国化布局，发挥协同效力。持续做亮品牌，继续开展古井贡酒文化国际化推广。

2、生产管理方面

继续加大科研攻关，着力新产品开发和成果转化应用，深入推进“绿色酿造”，加快自动化、智能化步伐，积极探索新的自动化生产线改造项目，全面复制推广实验成功项目，实现自动化改造新突破。

3、成本控制方面

围绕公司业务流程，开展资产营运周期管理；强化销售费用过程管控，促进销售费用投入有效性；围绕产品研发、设计，从流程上进行控制，从源头入手，对产品设计开发流程优化；继续探索内部市场化模式，继续细化深化内部考核机制，突出重点、深入挖潜，扎实有效地推进成本控制管理。

4、人力资源方面

完善人员晋升和薪酬体系，彻底打通“两道”，“管理通道”，进一步明晰岗位定级，动态考核，按照岗位层级定薪酬、拿绩效，“技术通道”要将专业技术人员按照发明创造成果、技术水平等要素分层级管理；制定考核指标。建立“双创”机制，即创造平台、创新平台，全面启用年轻人，优化人力资源配置，给员工提供更大的成长空间和成才平台。

5、企业文化建设方面

继续深入开展古井核心价值观宣贯，以企业文化建设促思想建设，全面提高党员和管理人员的政治素养。发挥党员模范带头作用，坚持“讲看齐、见行动”，强化“四个意识”，形成党员、管理人员带头，员工自觉行动的良好氛围。

2017 年公司将继续坚持以终端用户为中心，坚定不移地推进战略 5.0，全面落实“运营五星级”和“毛细血管”管理，深化内部市场化，全面激发员工积极性和创造性，力争圆满完成各项经营指标。

安徽古井贡酒股份有限公司

董 事 会

二〇一七年四月二十八日