上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

中国主板上市 —— 上海贵酒股份有限公司（股票代码：600696）

www.sh600696.com | 400-189-9898

上海贵酒股份公众号

上海贵酒股份会员中心

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

SHANGHAI GUIJIU

上海贵酒股份有限公司 2023年环境、社会及管治（ESG）报告

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

目录 CONTENTS

01 开篇 04

1.1 关于本报告 05
1.2 管理团队致辞 07
1.3 走进上海贵酒 09
1.4 2023年度大事记 13
1.5 年度荣誉 14
1.6 ESG治理 15

02 专题 20
创造上海城市新名片

上海贵酒的风貌 21

03 贵泉绿酿 24
呵护生态环境

3.1 环境保护 25
3.2 低碳生产 28
3.3 循环经济 31

04 贵香醇品 38
卓越品质创新

4.1 产品创新 39
4.2 品质保障 41
4.3 客户服务 46

05 贵酒治道 50
夯实企业管治

5.1 企业管治 51
5.2 风险管理 53
5.3 商业道德 54

06 贵德行远 56
传递共创价值

6.1 伙伴赋能 57
6.2 行业发展 62
6.3 公益慈善 65

07 贵才蕴智 68
员工发展培育

7.1 员工雇佣 69
7.2 人才培养 71
7.3 福利关怀 73

08 索引 79

09 意见反馈 80

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

SHANGHAI
GUIJIU

01 | 开篇

1.1 关于本报告

SHANGHAI GUIJIU

1.1.1 概览

本报告是上海贵酒股份有限公司发布的第二份《环境、社会及管治报告》（以下简称“ESG报告”），面向各利益相关方，重点披露公司在环境、社会及管治方面的管理、实践与绩效

1.1.2 报告时间范围

本报告覆盖的周期为2023年1月1日至2023年12月31日（即报告期），部分内容溯及以往年份

1.1.3 报告范围及边界

本报告覆盖上海贵酒股份有限公司及其子公司（以下简称“公司”“上海贵酒”或“我们”），报告范围口径与年报一致。除特殊说明外，报告中涉及的货币均为人民币

1.1.4 编制依据

本报告编制参考上海证券交易所（以下简称“上交所”）《上海证券交易所上市公司自律监管指引第1号——规范运作》，部分参考全球报告倡议组织（GRI）标准指引进行编制

1.1.5 资料来源及可靠性保证

本报告披露的信息和数据来源于公司统计报告和正式文件，并通过公司相关部门审核。公司承诺本报告不存在任何虚假记载或误导性陈述，并对内容真实性、准确性和完整性负责

1.1.6 确认及批准

本报告经管理层确认后，于2024年4月19日获董事会通过

1.1.7 报告获取

本报告以简体中文编写，并以电子版刊物载于上海证券交易所官网

1.1.8 联系方式

邮件：IRM600696@163.com
地址：上海市徐汇区虹桥路500号上海贵酒中心

1.2 管理团队致辞

守正笃实 久久为功

新岁启封。回望来路，我们没有踌躇不前、没有左顾右盼，始终不忘初心。新的一年让我们依然坚守勇气，选择相信，这是我们的血肉亦是脊梁。2024年让我们充满希望，守正笃实。

2023，这些光亮，温暖而永恒!

回眸2023年，作为全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年，中国经济在持续承压中破浪前行。这是充满挑战与机遇的一年，尽管经济运行面临来自国内外多重因素交织叠加带来的下行压力，但我们见证了国家力量的汇聚与展现，扩内需、促消费、稳投资、支持民营经济发展等举措密集出台，经济高质量发展扎实推进。

对于白酒行业而言，也是非同凡响的一年。“挤压式存量竞争”态势加速演进，白酒行业进入了新一轮结构调整。大争之世，非优即汰；崛起之时,不进则退。求进、求稳或是求变，成为众酒企共同的课题，过去这一年，对于上海贵酒来说，是发展历程中极不寻常、极不平凡的一年。

这一年，我们持续用创新应对一切不确定性，不断尝试在跨界营销、消费者体验、产品创设和组织发展上进行创新探索。幸运的是，这些努力最后都变成了一束束值得被铭记的光，给予我们最温暖的力量。

这一年，我们差异化竞争优势凸显。公司坚持长期主义，聚焦酒类主业发展，一步一个脚印，推动传统白酒产业的升级、革新。2023年，公司全力推进白酒业务发展，实现营业收入为16.29亿元，同比增长49.3%，归属于上市公司股东净利润为0.87亿元，同比增长133%，营收与净利润实现持续增长。

这一年，我们品牌影响力快速提升。本年度，上海贵酒在酱酒行业的品牌影响力一跃升至第九位，赢得了市场与行业的双重认可，公司及产品也在国内外各项赛事上频繁获奖。

为把握新消费机遇，上海贵酒围绕“年轻、时尚、创新、国际化”的品牌定位开展创新传播，独家冠名《我们的美好生活》，冠名合作《乘风2023》《披荆斩棘3》《花儿与少年·丝路季》《你好，星期六》等综艺节目，实现对年轻消费群体的精准传播；以整合营销为导向，参展亮相成都春季糖酒会、深圳秋季糖酒会、青岛中酒展、上海酒博会等行业重要会展；户外媒体广告覆盖全国重要机场、火车站等大型交通枢纽场所，巨幅广告登陆上海白玉兰广场、成都双子塔等，品牌影响力不断提升。

同时，公司着力打造“上海影响力工程”，先后联手豫园商城“点亮”豫园灯会、全面支持“五五购物节”中“上海全球新品首发季”和“上海夜生活节”双IP，深度参与上海庄行伏羊节和2023上海马拉松等，将上海贵酒与上海城市相联结，将上海贵酒品牌理念与上海城市精神相融合。

这一年，我们让治理更为科学。过去一年，我们对企业管理架构进行调整，将董事会战略委员会更名为“董事会战略与ESG委员会”，增加ESG相关的管控职责；巩固了全面系统的“三道防线”内部管理体系，牢筑合规底线,提升公司治理水平。我们始终不渝地践行ESG理念，将可持续发展贯穿了从工厂建设到客户服务的各个环节，在提升公司治理、产品质量管理、低碳运营、员工发展、慈善公益等多个方面取得良好成绩。

在行业深度调整期，这些成绩来之不易，这份荣耀属于我们的员工、客户和股东，感谢大家一直以来的支持与陪伴。正是因为有了你们，公司才能在激烈的市场竞争中不断前行。

2024愿乘长风，再破万里浪!

凡是过往，皆为序章。2024年，新的征程已经铺开，我们站在新的起点上，展望未来，充满了无限的希望和期待。

白酒行业正处于长周期发展中的变革之年，但宏观环境仍然有利于酒业发展，随着经济回暖、政策支持和消费方式转变，白酒赛道静待价值回归“新春天”。

经过几年的努力，如今的上海贵酒，已经从跨界而来的新兴势力，成长为了白酒行业中有体量、有影响的中坚力量。我们深知，未来在追求卓越的道路上可能会继续经历坎坷。但不必焦虑，因为从转型的第一天起，立志成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团开始，我们就已经成为一个孤勇者。保持战略定力，坚持做正确的事、坚持做难做的事、坚持做产生长期价值的事，一直是我们的初心。

惟其艰巨，所以伟大；惟其艰巨，更显荣光。新的一年，应势而变，高效参与竞争，会成为上海贵酒的主旋律。我们将聚焦酱酒和潮饮两大板块，寻找新的增长点；将继续加大跨界合作整合营销、渠道创新的力度，通过上海影响力工程打造，立足上海、辐射全国，力争品牌影响力进入行业前五；随着上海贵酒仁怀美丽工厂项目建设的不断推进，产能资产将再上新台阶；以消费需求为出发点，加快全国网格化布局和渠道下沉，实现客户全生命周期管理；上海贵酒也将全力打造品牌资产、产能资产和客户资产，持续走属于自己的创新之路。

路漫漫其修远兮,吾将上下而求索。2024年依然会有很多不确定性，上海贵酒管理团队也将保持自我革新，凝聚一心，持续以全球视野嫁接中国源动力的创新理念应对不确定性。外界局势再变，但我们坚持长期主义的主旋律不能变。

星夜漫漫，终将不负所有赶路人；前路纵有疾风，让我们坚定铿锵步伐，坚信轻舟将过万重山。

1.3 走进上海贵酒

公司简介

上海贵酒股份有限公司（上交所股票代码600696）是一家融合经典与创新的综合性酒业集团，秉承差异化竞争策略，坚持长期主义，践行可持续发展理念。

上海贵酒立足上海、布局全国、面向世界、引领行业创新发展。以消费者需求为中心，以数字化为突破口，以科技赋能、创新营销、创业平台为业务重点，走出行业差异化路线。公司通过多品牌、多香型、多模式切入多个细分市场的经营方式，给消费者带来全新沉浸式的场景体验，以及针对不同圈层、不同品牌的专属个性体验。

公司致力于重塑高端白酒新格局，用智能制造唤醒传统技艺，以深具国际化视野的上海高度，赋予传统高端白酒新的生命力。我们定位“年轻、时尚、创新、国际化”的生活方式，致力于打破传统白酒的刻板印象，在年轻消费群体中焕发白酒时髦而国际化的生命力。

愿景 成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团

使命 酿造更美好生活

价值观 责任　正念　创新　经营

作为行业新生力量，公司始终关注白酒行业的最新动态和发展趋势，站在全球看中国，站在历史长周期来看酱香型白酒，站在未来思考现在，以全球视野嫁接中国源动力，进而制定战略路径，即：看见未来、定义未来和开启未来。

看见未来

牢牢把握中国白酒行业的发展机遇，洞察未来的发展趋势

定义未来

深耕产业，持续创新，把握定义未来的能力；基于所看见的未来，清晰产业布局，从品牌调性、产品品质、渠道运营等各方面重新定义未来“行业领导者”应该具备的各项标准

开启未来

从行业、消费者、经销商等多维度审视品牌的增长路径；在战略选择上，公司持续聚焦酱香主赛道，通过品牌资产和国际化能力的打造和强化，不断夯实“开启未来”的实力

在经营管理中，公司奉行“贵泉绿酿”“贵香醇品”“贵酒治道”“贵德行远”和“贵才蕴智”的发展理念，将可持续发展观作为公司长期主义的奠基石和推动力，贯彻于生产运营的各个环节，同时积极回应投资者、消费者、社会公众等利益相关方的关切，彰显品牌的可持续发展价值。

贵泉绿酿

公司坚持“酿好生态美酒，反哺自然母亲”的ESG理念，在保证产品质量的同时坚持生态酿造，从美丽工厂建设、低碳高效运营和循环经济等多方面发力践行绿色发展

贵香醇品

打造一家“源自中国且被世界认可的、创新融合经典与现代的酒企”是公司的长期愿景。2023年，公司积极探索营销场景，不断完善产品质量管理体系，致力于打造极致的服务和产品体验

贵酒治道

为契合高质量经济社会发展的国家战略，公司高度重视合规、高效治理，进一步强化公司治理结构和风险防控体系，以创新为驱动，不断革新应变

贵德行远

公司一直不忘初心、勇担社会责任，在加强自身发展的同时，全面履行对供应商、经销商等合作伙伴的社会责任，践行“大国品牌”企业担当

贵才蕴智

人才是企业发展的核心生产力和重要竞争力。公司视员工为不可或缺的宝贵财富，从权益保障、关怀发展的角度出发，不断强调公司对员工福祉、参与和发展的承诺

2023年，公司持续完善品牌金字塔建设，聚焦酱酒主赛道，目前已形成了天青贵酿系列、君道贵酿系列、高酱系列、军星系列、君澜系列、贵酒匠系列、最系列及十七光年果味酒系列的多元化产品矩阵。

上海贵酒“多品牌、多香型”产品矩阵

1.4 2023年度大事记

1月
- 携手上海豫园商城共同打造“点亮未来新愿”沉浸式游园体验活动，延展社会价值传播
- 上海贵酒·君道贵酿全新代言人广告陆续登录CCTV-1、CCTV-2、CCTV-4、CCTV-13等频道黄金时段

2月
- 上海贵酒“点亮未来新愿·上海精神下的品牌创新之路”主题峰会在豫园商城·海上梨园盛大举行

3月
- 发布2023年员工持股计划
- 上海市奉贤区庄行镇领导赴贵州遵义上海贵酒仁怀美丽工厂

4月
- 上海贵酒在云酒头条“酱酒品牌影响力TOP100”排名从2022年的第18位上升至2023年的第9位
- 发布首份ESG报告《2022环境、社会、治理报告》

5月
- 上海贵酒·最®酒上市，与湖南卫视芒果TV旗下综艺合作，为年轻消费群体新潮生活方式打造新文化白酒品牌
- 作为本土优秀企业，全面助力第四届上海“五五购物节”

6月
- 上海贵酒受邀出席贵州省对接长三角产业协作推介大会
- 上海贵酒官宣发布首个AI虚拟代言人“贵小美”，以沉浸体验升维品牌价值
- 公司“董事会战略委员会”更名为“董事会战略与ESG委员会”，增加ESG相关管控职责

7月
- 完成董事会、监事会换届选举
- 上海贵酒年度总冠名【上海高金金融研究院民营经济研究中心、高净值研究院大咖课程】隆重开课

8月
- 作为峰会合作伙伴受邀出席“赋传中国·零售消费品牌数字化增长共创峰会2023”

9月
- 荣登“2023上海百强成长企业50强”和“2023上海民营服务业企业100强”双榜单
- 应邀出席以“探路ESG创新 推动高质量发展”2023企业ESG发展论坛，共同启动“ESG实践在中国”主题活动，推动高质量发展

10月
- 贵州省投建局领导莅临公司考察交流
- 上海贵酒与贵州酱酒集团、贵酱华泽酒业战略合作签约仪式圆满举办

11月
- 上海贵酒承办“创新·未来”白酒行业创新与发展趋势峰会，广邀股东、机构及各界嘉宾，共同探讨中国酒业创新与未来发展
- 发布修订版《内部控制手册》，进一步提升治理水平

12月
- 上海贵酒·天青、上海贵酒·君道两大品牌相关商标被认定为“上海好商标”
- 上海贵酒与武汉东湖大数据战略合作签约仪式在上海贵酒中心顺利举办

1.5 年度荣誉 ★★★★★

序号	奖项荣誉
1	**第8届中国酒业资本论坛** “2023中国酒业最受欢迎品牌TOP10” “2023中国酒业上市公司ESG先锋奖”
2	**2023澎湃新闻** “年度新消费企业” “年度潜力消费品牌”
3	**2023上海夜生活节** “2023上海夜生活节最佳实践案例”
4	**2023第6届中国零售消费者体验峰会** “最佳零售全域营销创新奖”
5	**2023秋季“名酒之光”主论坛暨首届中国酒业先锋盛典** “中国酒业先锋品牌”
6	**AIIC Awards 酒业创新与投资大赛颁奖礼暨新商之夜** “年度最具投资价值品牌” “达人关注品牌”
7	**中国国际品牌建设论坛** “年度价值品牌”
8	**品牌强国经济论坛暨（第6届）创新成果推介活动** “品牌强国·年度影响力企业”
9	**2023中国酱酒大会** “中国酱酒典范”

序号	奖项荣誉
10	**荣登** “2023上海百强成长企业50强” “2023上海民营服务业企业100强双榜单”
11	**荣登** “2023年上海市时尚引领示范企业名单”
12	**荣登** “2023上海市首发经济引领性本土品牌推荐榜单”
13	**第6届中国国际进口博览会上海市合作交流采购团总结展示交流活动暨“开放，无限可能!”主题会议** “服务高质量发展先进企业”
14	**第25届上市公司金牛奖** “金信披奖”
15	**前程无忧** “人力资源管理杰出奖-2023杰出雇主” “2023优选雇主”
16	**BOSS直聘ECHO 2023“年度合作伙伴大会”** “王者之舟·最爱人才雇主”
17	**2023 证券之星** “新标杆企业TOP50”
18	**数字经济时代上市公司ESG趋势论坛** “新标杆企业TOP50”

1.6 ESG治理

公司以ESG治理理念作为顶层指导，以科学合理的治理架构为基础，不断强化ESG规划，持续推动企业积极践行ESG行动以履行社会责任，提升ESG管理水平。

1.6.1 ESG治理架构

公司不断促进ESG理念与日常运营管理的融合，致力于以领先的ESG实践水平与明确的治理架构推进企业的良性发展。报告期内，公司董事会审议通过了《关于ESG管控架构建设的议案》，将董事会战略委员会更名为董事会战略与ESG委员会，进一步增加ESG相关的管控职责，巩固由董事会、战略与ESG委员会、以及ESG工作小组三个层级组成的ESG治理架构。

董事会

作为ESG事宜管理及公开披露的最高责任机构，审议、批准公司ESG战略与目标及涉及社会责任的重大事项

战略与ESG委员会

对公司涉及ESG的重要事项提出相应建议、指导公司ESG战略制定、领导推进公司ESG事宜

ESG工作小组

协调和管理公司ESG事务，包括：

1.制定ESG相关政策及行动计划

2.管理公司日常运营过程的ESG相关风险及事宜

3.协调和督促各部门，推进ESG相关事宜执行

4.编制年度ESG报告

5.其他ESG相关事宜

上海贵酒ESG治理架构及各层级职责

1.6.2 利益相关方沟通

公司已建立了常态化的沟通机制，积极与各利益相关方保持沟通，及时对利益相关方关心的问题进行回应，并融合其诉求、意见和建议至日常运营与决策过程中，实现更有效的管理决策。公司已识别出的主要利益相关方类别包括员工、股东及投资人、客户、供应商、政府、媒体与协会、社区等。

利益相关方	沟通对象	关注议题	沟通方式
员工	全体员工	员工雇佣 员工薪酬福利 员工健康安全 员工发展培训 多元平等与包容	员工沟通大会 内部邮件 举报热线 高管下午茶
股东、投资人	个人投资者 机构投资者 证券分析师	商业道德 合规运营 能源与低碳管理	股东大会 投资者关系热线 上交所e互动 业绩说明会 投资者关系邮箱
客户	经销商 消费者	客户服务 客户隐私 负责任营销 产品质量安全	客户满意度调查 定期走访 客服热线
供应商	原材料供应商 设备供应商	供应链管理	供应商座谈会 实地考察
政府	国家与地方政府机构	公司治理 商业道德 合规运营 排放管理 能源与低碳管理 环境管理	会议 现场调研 报告披露
媒体与协会	广播电视台 报纸杂志 社交媒体 行业协会	理性饮酒 负责任营销 食品质量安全 循环经济 水资源管理	微信公众号 现场采访 新闻稿、公告 行业交流
社区	公益组织 社区居民 非政府团体	支持社区发展	现场拜访 环境保护宣导 参与公益活动

报告期内，公司积极与各利益相关方开展多形式的沟通与交流活动，为利益相关方提供更密切的交流渠道，使其能够及时获得关于公司的业务运营与战略发展信息，促进利益相关方更为充分和深入地理解和认可公司的价值。

携手券商机构“走进上海贵酒”品鉴活动

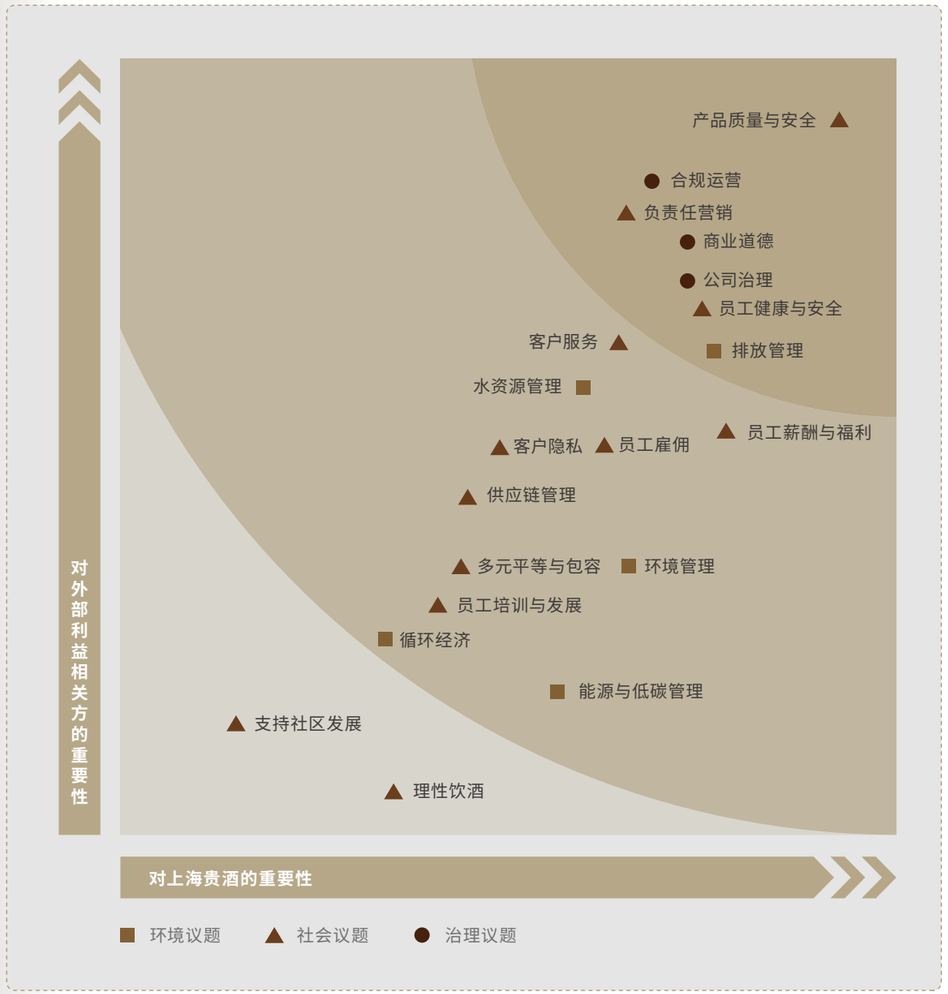
2023年9月和11月，公司分别与东海证券、东北证券共同组织“走进上海贵酒”品鉴活动。该活动通过参观体验中心、沉浸式品鉴酱酒等环节，让来访嘉宾进一步感受公司的品牌气质，逐步建立与公司的情感共鸣和认同感。

上海贵酒亮相2023企业ESG发展论坛，践行高质量发展

2023年9月25日，以“ESG实践在中国”为主题的2023企业ESG发展论坛盛大举办，上海贵酒总裁应邀出席并做主题演讲，与行业专家、媒体及优秀企业家一起探讨ESG创新，推动高质量发展。

1.6.3 重大性议题

公司结合同行对标、政策追踪等情况，通过问卷调查的形式对利益相关方开展ESG重大性议题调研，最终综合公司管理层及内外部利益相关方的意见进行议题重要性评估，识别出各利益相关方最关注的20项重大性议题，其中包含7项高度重要议题，11项中度重要议题和2项低度议题。



上海贵酒重大性议题矩阵

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

“守护每一份尊严，包容每一份自由，
成就每一个梦想，酿造每一份美好。”

2023年，公司透过全新的品牌故事《你永远可以相信上海》致敬上海精神，作为一家植根于上海的本土企业，公司深受上海城市精神的滋养，将自身融入到上海城市的DNA中，塑造出品牌的城市精神及气质。

SHANGHAI GUIJIU

02 专题

创造上海城市新名片

上海贵酒的风貌

“年轻、时尚、创新、国际化”是上海贵酒卓越的风貌，代表着公司的品牌定位和精神内核。在持续传递一杯美酒的价值之余，公司从ESG的角度审视战略决心，全力打造契合上海城市精神的品牌战略，将“责任、正念、创新、经营”的价值观融入企业发展之中，从而打造上海新名片并传递白酒之美，以品牌链接与新一代消费者深度共情，一起酿造更美好生活。

年轻

洞悉白酒行业消费趋势，以极致体验创造价值，成为年轻客群表达生活态度的新载体。

上海贵酒限时快闪店重磅亮相张园，“3D Mapping”特效幻影秀燃动夜空

5月7日晚，由上海市商务委、上海市静安区政府联合主办，静安区商务委、东方网联合承办，公司作为支持单位的2023“上海全球新品首发季”暨静安区“五五购物节”启动仪式，在静安区茂名北路步行街和张园拉开精彩序幕。

公司旗下品牌的重要单品悉数亮相限时快闪店，通过年轻化品牌活动，助力营造创新消费场景和消费氛围。

上海贵酒·君道独家冠名的“3D Mapping东方底蕴·君道之夜”呈现的奇妙幻影秀特效燃动夜空，打造出链接过去与未来的跨时空效果。

更多 >>

助力2023上海马拉松赛事

深度携手芒果TV热播综艺，链接年轻消费群体

时尚

聚焦品牌美学理念，打破传统白酒刻板印象，引领中国白酒时尚美学的现代表达方式。

淬炼时光佳酿，再溯绝美宋韵

“雨过天青云破处，这般颜色做将来”。宋徽宗奇幻一梦，成就传世天青，那澄澈而又清透的雨后青蓝，也成为了汝窑的最大特征，而上海贵酒·天青的灵感正是来源于此。“宋式美学，东方钜献；精雕细琢，龙跃呈祥”，我们领悟宋代美学思潮，传达经过时光沉淀的时尚美学。

创新

拥抱数字化转型，用智能制造唤醒传统技艺，以创新的跨界营销开启白酒文化新典范。

上海贵酒亮相赋传中国·零售消费品牌数字化增长共创峰会2023

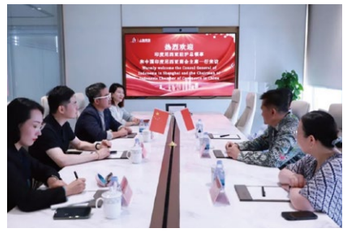
8月24日，公司作为峰会合作伙伴受邀出席赋传中国·零售消费品牌数字化增长共创峰会2023，与来自零售消费行业的领军品牌共同解读数字化趋势，探索品牌数字化增长新路径。公司在夯实酱酒传统渠道的同时，也将探索数字化营销战略布局，构建以用户为中心的数字化体系，推动全域经营的实现，为公司的高质量发展注入强劲动能与活力。

国际化

以世界一流的消费品品牌运营理念高质量经营白酒，向全球传递中国白酒自信。

外国领事馆和商会莅临上海贵酒参访交流，共探合作发展新机遇

2023年，上海韩国商会会长一行、印度尼西亚共和国驻上海总领事馆总领事、中国印度尼西亚商会主席、印度尼西亚共和国驻上海总领事助理等一行先后来访公司，就公司产品、发展规划及企业文化等方面进行了深入的沟通交流。共同探索合作可能性和新模式，促进经济合作和共同发展，以国际视野和全球高度携手推动中国白酒走向国际市场，让上海贵酒真正成为“上海的，世界的”国际化文化样本的输出代表。



更多 >>

上海贵酒总冠名2023亚洲音乐盛典

与澳大利亚上海总商会签署合作备忘录

与加拿大上海商会签署战略合作协议

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

“野芳发而幽香，佳木秀而繁阴”，公司深知泉香方得酒洌，山林禽鸟乐之方有人乐之，秉持着将天人合一的可持续发展理念，打造天人共乐的美丽工厂，以山泉香得贵酒洌。贵酒之贵，贵在不断消弭排放物对生态环境的负外部性影响，贵在携手合作伙伴共同打造循环经济生态，贵在从管理体系设计到生产运营落地全面践行绿色发展模式，最终将呵护生态环境、转型低碳发展置于战略高度，融入企业基因。

本章节对应的联合国可持续发展目标

SHANGHAI GUIJIU

03 贵泉绿酿

呵 护 生 态 环 境

3.1 环境保护

公司深知自身发展有赖于酱香白酒核心产区得天独厚的自然条件。因此，公司努力在生产运营过程中坚持全面管理以降低自身对环境带来的负面影响，积极履行环境保护责任。

3.1.1 环境管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境影响评价法》《中华人民共和国环境保护税法》及运营所在地的法律法规，并制定了《环境内部管理手册》《环境保护与能源节约管理制度》《危废管理制度》等内部规章制度。报告期内，公司完善了环保管控文件，如《全员责任制》《隐患排查与治理制度》《EHS教育培训管理制度》《相关方EHS管理制度》等，围绕生产运营过程中的能源使用、水资源使用与三废排放建立了完善的管理体系。

组织保障

· 治理结构：公司环境保护相关工作由公司董事会及下设战略与ESG委员会统一领导、监督，由ESG工作小组协调公司各部门具体开展落实

· 团队扩充：在原有的厂区内专职环境管理人员基础上，报告期内公司新设置了厂区内专门环保部门，扩充环保管理团队人员编制，实行专人专项负责制，完善和增强了生产一线的环保管理能力

风险监测

· 风险追踪：依据《环境风险因素识别清单》《突发环境事件应急预案》等内部文件，我们针对环境问题建立完善的台账管理系统，进行每日风险管理登记和检查

· 第三方监测：公司委托第三方机构定期对厂内污染源和各项指标进行检测，确保合规排放与环境友好运营

绩效挂钩

· 年度考核：公司每年末会针对公司在环境保护方面的表现和目标达成情况对有关管理人员的绩效进行考核，以确保有关管理措施落到实处

上海贵酒环境管理机制

在此基础上，公司在接受外部环境监督体系审核前，均按照体系管理要求开展了内部审计与管理评审。报告期内，公司根据内部部门架构变化修订了环境管理评审手册。截至报告期末，上海贵酒获得的环境管理体系认证情况如下：

ISO 14001 环境管理体系
100%覆盖

3.1.2 美丽工厂建设

公司持续推进上海贵酒美丽工厂建设，以满足日益增长的产能需要以及打造差异化竞争优势的需求。

在设计规划阶段，公司将“垂直森林”设计理念与“海绵城市”建筑原则融入工厂规划设计，以自然生态环境为依托，塑造具有绿色生态环境的现代化工厂。同时，以“低碳绿色”为导向，对工厂的生产运营模式进行设计，为工厂在未来日常生产运营中的全面节能减排与污染治理打下坚实基础。

在施工建设阶段，公司充分将周边生态与生物多样性保护举措纳入考虑。委托第三方出具《水土保持方案报告书》，对建设区域的土壤、岩石特征、植被状态、气候条件等进行全面分析，并参照分析结果在施工过程中提高防护标准，严格控制扰动地表和植被损坏的行为，尽量减少工程占地、加强工程管理，并采取相应水土保持防护措施。在项目建设完成后，我们也将对裸露地表进行覆土绿化，以维护当地生态平衡与生物多样性。

垂直森林设计

· 原貌保持：建设过程中避免过度设计，通过架设垂直高度达15米扶梯以及增加挡土墙的方式减少现场原有山体的土方开挖，尽可能保护环山临水的原生优美景观

· 半开放设计：工厂建筑车间均有大面积开窗、气楼，与半开敞连廊，以“崖间秘境，山谷回音”为设计理念，充分获取自然通风与光照，节省不必要的建材耗费、灯具照明与空调能耗，降低热岛效应

· 屋顶森林：巧妙利用地形近120米落差设计屋顶与垂直绿化，在满足结构荷载的前提下，堆坡种植和选育适宜当地气候条件和生物多样性保护要求的各类植物，与自然融为一体，增加旅游工厂的旅游美学价值与生态理念示范效果

海绵城市建造

· 识别气候风险：参照《水土保持方案报告书》《防洪标准》（GB50201-2014）及《灌溉与排水工程设计规范》（GB50288-99），结合当地水土状况、气候特点与喀斯特地貌，对洪涝、山体滑坡等急性实体风险进行评估并纳入工厂抗风险能力设计

· 径流总量控制：海绵城市设计方案采用绿化屋面、下沉式绿地、透水铺装路面、雨水收集池等海绵设施，使径流总量控制率达到71%，达到《贵州省海绵城市建设技术导则》要求，获得仁怀市国土空间规划委员会审核并通过

低碳绿色规划

· 绿色建筑：厂区办公楼、来客中心均达到《绿色建筑评价标准》GB/T50378-2019要求的绿色建筑基本级标准，采用环保、部分可再生建材，在安全耐久、健康舒适、生活便利、资源节约、环境宜居五个方面均满足国家规范要求

· 能源转型：除采用节能电机变频控制、智能照明等节能设计外，公司计划将绿电采购纳入公司重点项目中，并已进入光伏电站考察阶段，计划在高酱新工厂投产后，采用全绿电酿造酱香型白酒，树立酱酒行业低碳生产典范

· 环境友好：针对酿酒作业中最主要的排放物，废水排放，公司建造了强大的污水分类处理与中水回用设施和体系，可实现化学需氧量（COD）年削减量5,560吨，生化需氧量（BOD5）削减量1,821吨，氨氮83.5吨，总氮120吨，总磷54吨，对整体改善赤水河及其支流整体水环境具有长远、积极意义

3.2 低碳生产

在全球应对气候变化，国家“碳达峰、碳中和”目标不断推进的背景下，公司始终坚持“长期主义”，践行低碳生产模式。

3.2.1 应对气候变化

积极应对气候变化，参考气候变化相关财务信息披露工作组（TCFD）框架识别出以下气候变化风险及其潜在影响：

气候变化风险		潜在影响	应对举措
实体风险	急性风险	极端天气如洪水、极热、极寒等造成次生灾害，影响工厂日常生产制造稳定性，引发安全事故，导致资产损失、营收下降和人员伤亡	针对实体风险，公司通过气象预报监测与安全风险分级管控制度进行风险识别和管控，开展危险源辨识与风险评价培训，对各生产作业区域、活动开展危险源辨识与评价，同时建立了日常保安巡逻机制以及时发现问题。在风险应对方面，公司对所有生产易损设备配备了备用设备，并配备了专用柴油发电机，以保证电力供应与设备稳定性；另一方面，常态化开展灾备与消防应急演练，对于火灾、雷暴、极寒极热、洪涝、污水泄露等情况的应对与处置进行覆盖全体员工的跨部门演练，保障公司资产与员工生命财产安全
	慢性风险	降雨量变化造成次生灾害发生更加频繁，造成灾备成本上升	
转型风险	技术：低排放技术转型的前端费用	减碳设备与技术改造增加资本投入与费用成本负担	针对转型风险，公司通过对国际国内节能减排相关重大法律法规、政策以及资本市场要求进行追踪、关注和梳理，以及时调整自身应对策略，前置化合规管理，同时积极参与可持续发展与碳中和相关的行业会议和交流活动，并通过内部培训将其内化为自身的风险应对能力。公司也积极建设并持续优化自身能源管理体系，积极探索全产业链低碳运营路径，谋求能源转型，避免过度包装和不环保包材，并不断完善能耗与温室气体数据统计与披露工作
	政策与法律：针对现有产品的要求与监管	水资源使用与粮食作物采购受到更强的约束和监管，增加相应的合规成本和采购成本	
	政策与法律：温室气体排放定价提高	碳排放及运营成本提升，包括燃料和能源成本以及原材料生产成本	

3.2.2 能源管理体系

能源管理是实现节能减排、达成低碳生产的重要路径。公司建立了包含董事会、战略与ESG委员会以及ESG工作小组的三层ESG管治架构，每年对气候变化与能源管理议题进行审议和监督。

同时，公司全面统筹管理各部门能源使用情况，提升能源管理效率，落实能源管理要求。

3.2.3 全价值链低碳运营

公司目前的碳排放主要来源为厂区燃油使用产生的范畴一碳排放、外购电力使用产生的范畴二碳排放。公司分别于生产、运输及办公环节开展一系列节能减排举措，持续降低自身碳足迹。

生产环节

· 设备汰换：新建工厂酿造设备采用全机械化酿造蒸馏系统，相较传统生产蒸汽可实现节能25%；同时，厂区内照明均采用智能照明与太阳能照明设施，新采购锅炉为国家二级能耗设备，并配备电力节能电机及变频器控制系统，有效减少能源耗费

· 能源转型：淘汰厂区内现有燃油运输工具，改为管道运输与新能源车辆运输，同时计划将绿电采购纳入公司重点项目中，目前已进入光伏电站考察阶段

运输环节

· 线路优化：公司积极探索运输线路合理布局与规划、缩短运输线路、提高车辆装载率

配送阶段，通过数字化系统分析订单重量、体积以及库存分布和收货地，匹配最优发货仓以及最优配送发方式，实现配送路径最短，能耗排放最优

不断优化仓库布局，缩短订单交付时间：通过全国配送中心仓合理配置，匹配属地化销售及配送，提升1000公里半径客户收货体验，并实现成本最优

· 绿色物流：公司目前合作的主要物流供应商全方位落实绿色运输模式，大范围使用新能源车辆运输，部分货物运输模式由公路运输转为铁路运输，并且制定了 2030 年物流运输车实现 100% 使用新能源的目标

· 低碳仓储：公司目前合作的主要仓储供应商积极提供新能源低碳仓储服务，其中郑州、广州仓库均采用了光伏太阳能发电，同时库内操作全部应用林德R14S-7500-1.4吨电动前移式叉车，有效实现仓储环节节能减排

办公环节

· 无纸化管理：报告期内，公司除推行无纸化办公外，还推行无纸化订单管理，协同第三方物流共同优化发货操作流程，实现整车以及零担配送免除粘贴外箱贴，减少使用100万+张标签箱贴

· 绿色办公：公司总部大力倡导绿色办公实践，张贴节约用电、节约用纸等绿色宣贯标语，鼓励低碳通勤，使用LED感应照明设备节能节电；促进员工形成低碳发展意识

3.3 循环经济

公司致力于打造资源节约型、环境友好型的发展模式，合理管理自身排放，可持续利用水资源，并推动废水废弃物的循环利用，打造循环经济。

3.3.1 排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规及相关环保标准，致力于减少自身运营给环境带来的负面影响，最大限度对生产运营中的排放物进行无害化处置和合规排放。

废水排放管理

公司的废水种类主要包括生产废水和生活废水，生产废水中以蒸酒产生的锅底水、酿酒发酵中的窖底池水、洗瓶水、化验室废水、设备清洗等废水为主

公司严格执行《发酵酒精和白酒工业水污染物排放标准》（GB27631-2011），将现有生产污水经过收集后排入污水处理厂，进行处理后排入河道

与此同时，公司持续对现有污水处理与防漏设施进行优化，对窖底防渗漏、接酒池防渗漏、冷却水系统、厂区管网、废水应急池进行持续维护，以防止废水渗漏，造成土质与地下水污染

上海贵酒自建污水处理厂

公司自建的污水处理厂执行严格的污水排放标准，其中主要控制指标COD相比《发酵酒精和白酒工业水污染物排放标准》（GB27631-2011）中的排放允许值行业标准低出40%，极大缓解了收纳水体的自净压力。

通过分类处理的流程设计、处理工艺的改良优化，以及强大的污水处理设施和体系，预计每年COD削减量可达5,560吨，BOD5削减量可达1,821吨，氨氮83.5吨，总氮120吨，总磷54吨。

废气排放管理

公司的废气种类主要包括燃气锅炉运行中的锅炉废气和食堂产生的餐饮废气

公司严格执行《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014），委托第三方机构定期检测，确保处置达标后方可排入大气

废弃物排放管理

公司的废弃物主要包括酒糟、窖泥、废稻草、生活垃圾、废包装材料等一般固体废弃物和设备产生的废机油、化验室废液等危险废弃物

酒糟等可利用废弃物在处置期内启动招标程序，具有处理资质的第三方单位中标后，交由第三方单位统一集中回收处理

危险废弃物按相关管理制度要求进行收集转运，一切污染物排放均按照《排污许可证》管理要求进行处理

固体废弃物变废为宝

公司对于生产过程中产生的酒糟、稻草、废弃包材等加以充分利用。对废酒瓶、缠绕膜、塑料绑带、托盘等经过下游回收商粉碎造粒重新制成包材及其他塑料产品实现绿色处理；酒糟和稻草等废弃物，则经过下游回收商烘干、加工制成肥料或饲料。

环境自行检测

1）废水

监测项目	监测结果			
PH	7.6	7.5	7.6	7.4
色度（稀释倍数）	19	20	18	20
氨氮	2.49	1.93	2.92	3.16
总磷	0.05	0.06	0.05	0.06
总氮	8.92	8.42	9.27	9.63
悬浮物	10	9	13	10
化学需氧量（CODcr）	17	13	19	20
五日生化需氧量（BODs）	4.6	3.4	5.1	5.4

2）废气

有组织废气检测结果

监测项目	监测点位置	监测次数	烟气含湿量%	烟气温度℃	烟气流速m/s	含氧量%	实测浓度 mg/m³	折算浓度 mg/m³	标杆流量 m³/h	标准限值 mg/m³
氮氧化物	燃气锅炉排气筒	一次	7.1	78	6.8	10.9	28	49	10743	200
		二次	7.3	78	6.8	10.6	29	49	10724	
		三次	7.2	79	6.6	10.7	31	53	10382	
		平均	7.2	78.33	6.7	10.7	29.5	50	10616.3	

监测期间该项目中有组织废气监测因子的监测值均符合《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）表2中新建锅炉大气污染物排放浓度限值（燃气锅炉）的规定。

无组织废气排放（总悬浮颗粒物）

监测点位置	监测项目	检测结果			指标限值
		一次	二次	三次	
G1#上方向（厂界西南侧）	颗粒物	0.187	0.197	0.186	1.0
G2#上方向（厂界东北侧）	颗粒物	0.289	0.304	0.293	1.0
G3#上方向（厂界西南侧）	颗粒物	0.277	0.272	0.268	1.0
	臭气浓度	＜10	＜10	＜10	20

监测期间，该项目中无组织废气所监测因子臭气浓度的监测值均符合《恶臭污染物排放》（GB14554-93）表1 恶臭污染物厂界标准值二级（新建改建）标准的规定：监测因子颗粒物的检测值均符合《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）中表2 新污染源大气污染排放限值（无组织排放监控浓度限值）标准的规定。

3）噪声

监测项目	监测点编号	等效声级级 [Leq dB(A)] 检测结果		指标限值
		昼间	夜间	
工业企业厂界环境噪声	N1#	54.1	44.1	昼间60Db(A) 夜间50Db(A)
	N2#	55.7	45.4	
	N3#	55.1	44.0	
	N4#	56.3	46.3	

监测结果可知：检测期间，该项目噪声的检测值均符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）表1中工业企业厂界环境噪声排放限值厂界外声环境功能区2类标准的规定。

本年度公司监测数据均在全国污染源监测信息管理与共享平台，进行公开，公开网站 https://wryjc.cnemc.cn/

3.3.2 可持续用水

公司高度重视可持续用水，严格遵守《中华人民共和国水法》等相关法律法规，定期监控并管理水风险，规范化水资源的使用与消耗。公司用水种类主要包括生产用水和办公生活用水，如酿酒车间用水、包装清洗用水、宿舍办公用水等。

水质检测

·为保障酿酒质量，公司对酒体原料用水严格进行质量把控，每年送第三方测机构进行水体检测

水量监测

·厂区覆盖用水流量计和总控制水阀，对水量状况进行监控，识别用水异常情况，及时排查漏水点

为提升用水效率，实现可持续用水，公司对厂区车间的基础设施进行了完善，重点升级优化了节水系统，并提升用水效率。

水冷系统改造提升节水效率

报告期内，通过对水冷系统进行更新改造，使用冷却塔降温的改造设计，实现冷却效果提升，大大增加了水循环次数，整体用水量相比上一年度减少33%，水冷系统水资源重复利用更加稳定，可至90%以上

中水回用与雨水收集系统

公司自建污水处理厂中配备有完善的中水回用与雨水收集系统，污水站产水中的一部分经中水回用系统深度净化后进入中水池，并经回用水泵组泵至厂区中水管网，用于景观鱼池、绿化、冲洗道路及冲厕

3.3.3 包材减量与循环

公司致力于打造循环经济，针对白酒行业饱受诟病的包装材料浪费与污染问题，严格遵守《中华人民共和国循环经济促进法》等法律法规，在确保不影响产品品质和产品格调的前提下，从包材轻量化与包材可回收两个方面积极探索环保包材与循环经济的发展与实践。

包材轻量化

采购端

· 报告期内，公司设置了包材采购专门标准，对于包材减量化提出刚性要求，避免过度包装，对特定包材会单独设置审核标准，参照《GB23350限制商品过度包装要求—食品与化妆品》对供应商进行审核，同时，也关注供应商包材设计阶段的风险识别、控制能力及其经验的分享与沟通

设计端

· 公司内部协调联动，改进产品设计，删减冗杂的外观挂件、过度设计，采用骨架标准化，外观简单化，价格上限化的产品设计理念，有效减少塑料、纸壳等大宗物料使用，报告期内整体实现包材减量超10%

提升包材可回收性

采购端

· 公司持续探索新型可回收材料在包材中的应用，选用、试用可降解新型材料：EPE、IXPE 等可降解材料，替代现有 EVA、塑料泡沫等包材，应用了如玉米淀粉、锯末等“生物塑料”包材。该类材料是一种食品级环保纤维，不含塑化剂、重金属、农药残留，可于45天到90天内自然降解

设计端

· 公司坚持采用方便回收的小体积包装为主，通过增加包材内部结构强度和简洁性的方式，结合创新复古设计思路，如包装盒即手拎袋的“盒袋两用”设计，坛酒去除手提袋改用传统手提绳等，在保证质量和精美的同时实现包材轻量化、减量化。同时，采用撕拉条设计，减少金属配件，进一步提升包材可回收性

· 报告期内，公司将高端产品线以外的产品全部替换为乳玻瓶包装，乳玻瓶相比收藏价值高但可回收性低的陶瓷瓶包材，可回炉再造，属于可回收的环保材料；同时，乳玻瓶不会被酒精和酸类腐蚀，对瓶内酒体不会造成伤害，外部烤漆隔绝光照，设计精美，与陶瓷瓶一样可以保障产品质量

销售端

· 公司对于已售出的、使用陶瓷瓶的产品包装，同样积极回收、物尽其用，通过巧思将陶瓷瓶改装成茶叶罐等精美、实用的物件，返还给消费者继续使用，既提升了消费者体验，又传递了公司一直坚持绿色发展的理念，做到变废为宝，避免了浪费和环境污染

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

“开君一壶酒，细酌对春风”，公司以上海精神的包容气度、匠人腔调以及国际化、现代化的时尚品格，开一壶贵酒，于时代春风中举杯，邀天下贵友细酌这杯中的醇香贵品。贵酒之贵，贵在多元包容、进取向上的品牌内涵，贵在传承经典，推陈出新的创新驱动，贵在得天独厚、精益求精的品质追求，贵在以酒会友、以诚待客的服务精神。回顾过去的一年，公司依然秉持着不变的初心，以产品创新、品质保障与客户服务为主线，诠释着上海精神和注重酒体本身的品质。

本章节对应的联合国可持续发展目标

SHANGHAI GUIJIU

04 贵香醇品

卓 越 品 质 创 新

4.1 产品创新

公司心怀“成为世界一流的融合经典与创新的酒业集团”企业愿景，致力打造新型高品质白酒。

4.1.1 体验场景创新

依托世界一流的消费品品牌运营理念，公司以现代化、国际化和可持续发展的全球视野嫁接中国源动力，不断丰富多元化产品矩阵。

公司致力于创造多元化、立体化、深层次消费体验，丰富酒业产品附加值，探索白酒行业全新商业模式、全新消费生态，引领消费者拥抱现代品质生活，将“第三空间”消费概念与数字化场景体验引入白酒行业，取得良好反响。

上海贵酒·未来空间 G Space 2023

公司受中国酒业协会邀请，以“战略合作伙伴”身份首次参展中国国际酒业博览会，作为集产品展示、沉浸式白酒品鉴、新生活方式和白酒新文化体验于一体的社交“第三空间”，上海贵酒·未来空间G Space 2023精彩亮相。

美丽工厂来客中心（概念）

公司美丽工厂的来客中心将按照酒店标准与 Team lab 无界美术馆模式，实现艺术、科学、技术、设计和自然世界的融合，满足会议、接待、特色展陈的现代化需求。公司利用多样化场景转换营造多元式的生活方式体验感，致力于推动整体园区升级为极致生活载体。

4.1.2 酒体酿造创新

为探索现代化、国际化的白酒酿造生产范式，公司积极尝试酒体酿造创新，从智能化酿造、标准化品鉴与配方自研三个方面重点发力，开展、申报了一系列科技成果应用与产业化项目。

智能化车间酿酒风格特点及质量分析体系研究

报告期内，公司与贵州师范大学合作，打造“酱香型白酒感官品质描述性分析与标准化技术”“赤水河流域酱香型白酒集约式智能酿造技术”两大重点科研项目，申报贵州省科技厅“2024年贵州省科技支撑计划项目”。

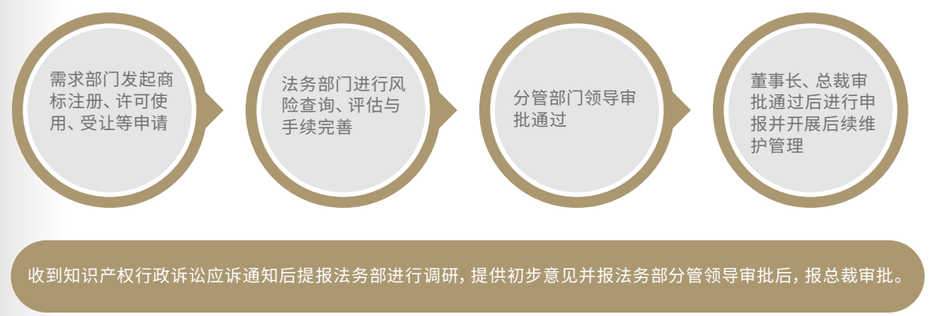
该项目整体实施周期为三年，围绕智能化车间酿酒风格特点及质量进行分析、总结，旨在对现代智能化生产方式下的酒体风味、质量进行科学量化分析，以期形成系统性的酒体风格评价体系，为白酒智能化酿造与品鉴提供新思路、新方法。

电子化手段实现酒体风味品鉴标准化

为了探索白酒风味品鉴标准化方法，为白酒酒体风味品质提升提供更多参考和方法，报告期内，公司结合酒体风味轮方法论与感官评估电子化手段，开展了品鉴师信息化线上评分的品鉴流程，实现品鉴结果的准确化、可比化、可量化。

4.1.3 知识产权保护

公司高度重视对知识产权的保护。报告期内，公司对知识产权管理制度进行优化，明确了知识产权管理职责与对接机制，设计了由法务管理部门总体归口管理与监督，产品设计、生产工厂与信息科技部门设置专员对接的运营机制。



商标类知识产权管理流程

公司也定期开展常态化知识产权相关培训，将培训内容与员工日常工作相结合，帮助员工在实践中提升知识产权保护意识。

4.1.4 行业贡献

公司作为中国酒业协会会员单位、中国食品工业协会会员单位、中国酒业协会威士忌专业委员会会员单位、技术委员会理事级委员，亦作为具有一定销售规模和行业影响力的负责任企业，一直积极参与行业标准制定，为行业的规范与发展贡献智慧。

公司内部全程参与了各类行业标准方案起草、讨论与修订工作，一同参与起草的单位包括中国酒业协会、中国食品发酵工业研究院有限公司以及多个国内酒业头部顶尖同行企业及行业知名科研院所。除此之外，报告期内，公司积极参与中国酒业协会威士忌专业委员会威士忌酿酒师培训教材起草，助力中国酒业协会威士忌专业委员会为今后我国参与威士忌行业市场竞争、学习威士忌技术文化提供技术保障。

报告期内，公司参与起草的行业标准如下：

标准名称	标准类型
《白酒质量要求 第4部分：酱香型白酒》	国家标准
《烈性酒质量要求 第1部分：威士忌》	
《果酒感官品评导则 第4部分：青梅酒》	行业标准
《馥香型白酒》	团体标准
《用户体验-酒类质量测评规范》	

4.2 品质保障

公司在贯彻创新的同时深知品质保障是公司基业长青的奠基之石，也是树立优质品牌，满足消费者期望的重中之重。

4.2.1 质量管理体系建设

公司严格遵守《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国安全生产法》等相关法律法规，依据 GB 14881《食品生产通用卫生规范》、ISO 9001 质量管理体系、食品安全管理体系HACCP（Hazard Analysis Critical Control Point）等标准建立质量管理体系。截至报告期末，公司获得的质量管理体系认证情况如下：

ISO 9001 质量管理体系
100%覆盖

食品安全管理体系HACCP
100%覆盖

同时，公司制定了《质量安全手册》，其中涵盖文件管理、记录管理、设备设施管理、生产过程管理等20余项管理制度细则，全面加强产品安全与质量管理，通过《成品酒出厂检验管理制度》《包装生产质量控制规程》《大曲检验操作规程》等十余项质量管理制度，涵盖环节从原料到成品再到包装运输，全方位保障产品质量。

在此基础上，公司持续开展质量管理流程优化工作。报告期内，公司着重梳理优化了整个新品实施过程中的质量管理要求和常规流程，明确和细化各环节必备的评估和测试程序。通过日常不断地宣贯、组织测试，已在内部形成稳定的管理机制，取得良好的实施效果。

4.2.2 产品全生命周期质量把控

公司对原料选择、酿造技艺、品质把控等各环节执行严格要求，实行从产品定位、研发、设计，到原料选择、测试生产，再到产品上市、调整升级的全生命周期质量管理，以升级溯源机制深度保障产品质量。

天赋产地

贵州仁怀的上海贵酒高酱工厂位于中国酱香白酒核心产区，依托酿酒黄金纬度——北纬22-30度之间的六重生态圈层的天赋风土，遵从时序，顺应自然，在自然元素的和谐交融中孕育出“六重生态酱酒”卓越的气韵奥妙和酒体风味

阳光 温暖湿润，昼夜温差小，每年1400小时充足光照

空气 湿润少风，群山环绕地势中的沉降气流带来丰富的微量元素和微生物

水质 赤水河切穿了各路名山与古老大陆的沉积岩层，水中富含矿物质、微量元素与微生物

土壤 紫红色砾岩形成的古老沉积岩、酸碱适度，土壤渗水性良好

动植物 赤水河流域原始森林覆盖，仁怀当地植被丰富，拥有丰富的动植物生态

微生物 当地特有的丰富多元的微生物群落，在发酵过程中充分融入曲醇与酒醅，是酱酒风味万千的奥秘所在

甄选原料

原料是酿酒的第一道关口。公司依托专业的技术团队，深化原料甄选标准，优化原料采购，尤其对制酒主要原料—高粱的选择实行最严格标准。

高粱：酱香型白酒最为重要的原料

只选用本地或周边地区产的小红糯高粱（红缨子），呈红褐色色泽，颗粒坚实饱满、均匀，不使用转基因作物

稻壳：酿酒辅料

新鲜，无污染、无异味、无霉变、无虫蛀的金黄色干燥谷壳。谷壳成块瓣，杂质少，宜粗

小麦：制曲主料

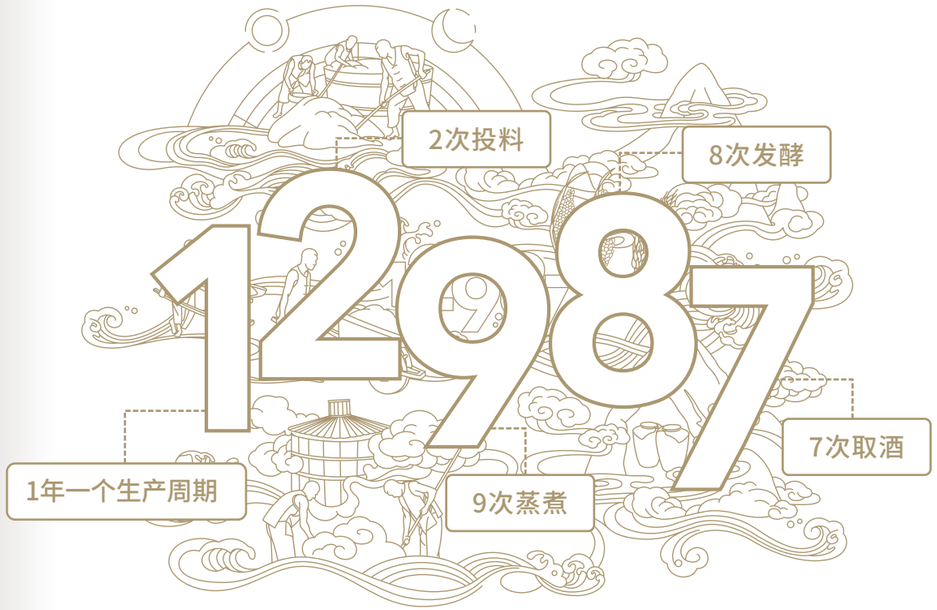
以软麦为主，颜色金黄、颗粒饱满、皮薄、无霉变、无虫蛀

稻草：制曲辅料

新鲜、干燥、无霉变、无异味、呈金黄色，长度约90厘米左右

基酒作为酱香型白酒风味勾调的重要原料，对成品酒品质的影响极为关键。在基酒的选择上，公司由国家级品酒师和博士组成的上海贵酒酒体研究院对整体品质进行严格把控，保证基酒的最高标准。

酱心工艺



在生产过程中，公司严格遵循“12987大曲坤沙”酿造工艺：在一年的酿酒周期内，两次严苛甄选的高粱，每粒高粱均经过九次反复蒸煮、八次摊晾翻晒、七次取酒。同时，不断深化生产酿造过程中的标准化与精细化管理，持续通过智能科技优化对温度、湿度、酒精度的全方位把控，针对高温制曲、高温发酵、高温堆积、高温馏酒的四高特点，对入仓、翻仓、出仓期间曲块，量水温度、收堆温度、堆积温度、下窖温度和窖池升温情况进行实时监测及追踪，保证酒体入口柔，不辣喉的特点发挥到淋漓尽致。

安心保障

公司建立了周密的食品安全风险预警机制，在每月技术法规动态监控的基础上，识别出法规、市场、消费者等相关方反馈的食品安全问题，再进行针对性检测。同时我们组织质量相关人员定期参加食品安全应知应会的培训与考核，提升食品安全风险的识别能力，全力保障食品安全底线。

完善的溯源管理系统是产品质量与食品安全保障的重要一环。在原有溯源码管理和多码关联的基础上，报告期内，公司进一步完善了酒水产品溯源平台建设，打通多主体生产信息、仓储物流信息和末端派送信息的同时，在生产、物流、销售等环节为主体及客户提供产品防伪与追溯服务，进一步落实了“过程信息化、源头可溯化、管理数字化、查询便捷化”管理要求。

过程信息化

溯源码关联生产批次、生产日期、产品条码、销售单号等，全面覆盖原先物流码全部功能

源头可溯化

溯源码具备从产品、生产、流通、仓储、销售乃至营销售后等全程的“一物一码”的全程溯源追踪能力，有效防止了渠道窜货造成不良影响

管理数字化

由后台系统记录各个节点数据，可随时进行数据核对并交叉核验

查询便捷化

溯源码通过微信公众号触达消费者，同时提供强大的品牌互动营销功能，可将品牌历史、酒体、风味等信息进行展示，提升消费者品牌认知

公司建立完善召回管理程序，并每年开展产品模拟召回演练。报告期内，公司未发生任何安全问题导致的产品召回事件。

4.3 客户服务

“有朋自远方来，不亦乐乎”，公司以美酒与匠心凝聚每一个客户的心，以至诚的服务，斟至美的酒。

4.3.1 客户体验管理

公司高度重视提升客户体验、满足客户诉求，已制定《客户管理制度》，形成立体、全面的客户关系管理机制。同时，从售前到售后进行全流程管理，建立客户沟通与反馈机制，并针对性提升改进，全方位提升客户的满意程度，不断完善自身服务质量与产品竞争力。

销售前市场洞察

公司定期开展市场调研与客户赠酒品鉴，对消费者需求和潜在客户信息进行收集、获取客户画像定位、品牌及产品认知现状以及消费者行为与态度研究，进而及时掌握客户需求，并纳入产品设计与改进计划

销售中深入客群

·通过完善的经销商合作制度，明确各渠道销售环节的服务要求，并协助经销商开展培训，提升客户体验

·通过走访沟通了解客户针对产品、品牌等方面提出的意见和反馈，定期开展客户反馈调查，及时调整优化

销售后开放沟通

通过公众号、会员中心、短信、门店、品鉴会、热线电话等实现线上线下全渠道覆盖，组合运用被动扫码、主动投放、开瓶触发等多种方式收集客户意见

在客诉处理方面，按照《客户投诉管理制度》，公司明确了投诉预防及处理标准化流程，降低和控制因投诉引发的舆情危机。

在客户隐私保护方面，公司在《客户管理制度》中的客户隐私条款明确了信息保密原则，即“正当、必要、知情同意、目的明确、安全保障、依法利用”原则，并设立分层级的查阅权限，对第三方物流系统的信息进行脱密处理，切实保障客户隐私安全。在与客户或者潜在消费者互动过程中也尽可能减少个人信息收集，并对应用软件、后台设置信息加密技术处理。截至报告期内，公司未发生过数据泄露及网络安全事件。

在客户满意度调研方面，公司于报告期内开展了3-4次大型客户满意度专项调研，调研对象包括经销商与消费者群体，调研内容包含消费者与经销商对不同香型不同种类产品的酿造工艺、酒体风味、品牌理念、包装设计、生产模式的偏好情况，以及主要的购酒渠道等。

基于公司精益求精、持之以恒的努力与提升，上海贵酒的品牌影响力与市场认可度也与日俱增。报告期内，公司获得了多项品牌认可与奖项：

第二届AIIC Awards酒业创新与投资大赛颁奖礼暨新商之夜，上海贵酒荣获【年度最具投资价值品牌】和【达人关注品牌】

2023中国国际品牌建设论坛上，上海贵酒获得【年度价值品牌】殊荣

第六届品牌强国经济论坛暨创新成果推介活动上，上海贵酒获【品牌强国·年度影响力企业】殊荣

上海贵酒斩获澎湃新闻【年度新消费企业】、【年度潜力消费品牌】

第六届中国零售消费者体验峰会上，上海贵酒荣获【最佳零售全域营销创新奖】

2023秋季“名酒之光”主论坛暨首届中国酒业先锋盛典上，上海贵酒荣膺首届【中国酒业先锋品牌】殊荣

第六届中国国际进口博览会上海市合作交流采购团总结展示交流活动暨“开放，无限可能!”主题会议上，上海贵酒获【服务高质量发展先进企业】殊荣

每日经济新闻主办的2023第八届中国酒业资本论坛上，上海贵酒荣膺【2023中国酒业最受欢迎品牌TOP10】

4.3.2 负责任营销

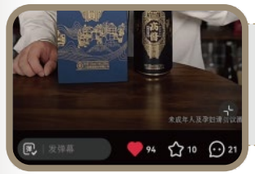
公司致力于保护消费者合法权益，维护自身品牌形象，积极践行负责任营销。通过建立并维护公司多品牌体系，制定品牌管理制度，对商标使用、媒介宣发传播进行统一规范和审核。

公司的主要销售渠道包括经销商、团购商和电商渠道。在品牌宣传、新媒体与传统媒体投放方面，公司坚持做到“不夸大、不误导”，确保对外发布的内容真实、准确、完整，符合党和国家法律法规、符合公司统一口径，所有内容发布均严格遵守“先审核后发布”流程，不得发布未经核实、来源不明、内容不准确的信息。在品牌大型营销活动实施方面，公司会成立专项小组，提前组织方案培训，宣贯负责任营销原则，活动结束后，指定专人将活动有关材料收集整理，归档保存并进行复盘总结。

为提高员工的负责任营销意识，公司定期对员工开展合规营销培训活动，对合规营销理念进行讲解，对品牌责任、理性饮酒进行宣贯，加强培训有效性。

理性饮酒宣导

酿造高品质白酒、倡导健康理性饮酒，这不仅是时代对酒类企业的要求，也是品牌自信和品质自信的底气所在。公司重视对理性饮酒文化的倡议，从源头杜绝员工酗酒、酒后失态、酒后失言等不当言行，严禁酒后驾车的行为，并开展多项举措引导消费者理性饮酒。



在公司相关广告中对“未成年人及孕妇请勿饮酒”进行标注

在产品包装中提示“过量饮酒有害健康 孕妇儿童不宜饮酒”

通过经销商会议、培训等向经销商宣贯落实不向未成年人售卖酒水的理念

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

“大道之行也，天下为公”，公正、透明、诚信和高效是企业治理之道的基本准绳，也是公司保障股东权益、维护资本市场秩序，推动资本向善的庄严承诺。贵酒治理之道，贵在以多元与独立的治理结构确保公正，贵在以完善的自律与披露机制确保透明，贵在以严格的商业道德与反腐倡廉文化确保诚信，贵在以严密的风险管理体系确保高效，进而延伸出自上而下直达职能部门与业务事业条线的管治体系。在此基础上，公司不断细化内部控制流程、动态更新风险管理清单、完善反舞弊制度，以贵酒治道，保行稳致远，筑永续之基。

本章节对应的联合国可持续发展目标

16 和平、正义与强大机构

17 促进目标实现的伙伴关系

SHANGHAI GUIJIU

05 贵酒治道

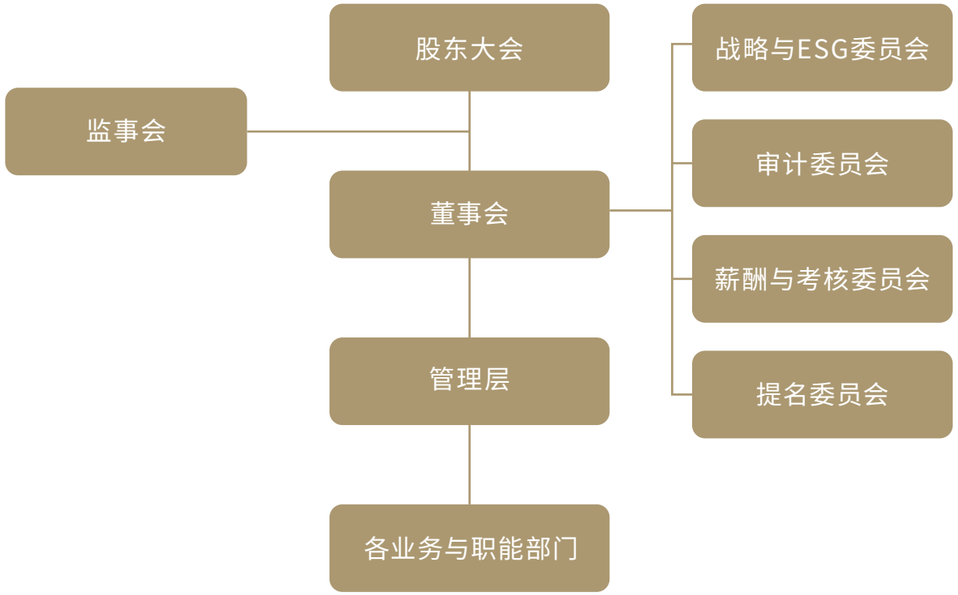
夯实企业管治

5.1 企业管治

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》和《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律法规及上市公司管理规定，建立有效的企业管治架构，并不断巩固党的基层组织建设，为企业良性发展奠定基础。

5.1.1 管治架构

公司建立了以股东大会、董事会、监事会为主要责任的企业管治架构，以透明且高效的企业管治原则持续强化内部管理水平。



上海贵酒三会一层管治架构

公司严格根据《公司章程》《董事会议事规则》以及其他相关制度规定，积极推进董事会多元化建设，将性别、年龄、文化背景等纳入委任考虑，并对候选人的教育背景、行业经验、技能专长和工作履历等因素进行综合全面的考量，以充分汇集各种观点和经验，从而在决策过程中获得更广泛的视角。截至报告期末，公司

董事会共有四名非独立董事及三名独立董事，其中女性董事两名。公司现任的七名董事均为商业、财务、法律等专业领域经验丰富的专家。

类型	姓名	性别	战略与ESG委员会	审计委员会	薪酬与考核委员会	提名委员会	专业能力		
							行业经验	风险管理	财务管理
董事长 非独立董事	韩啸	男	召集人				✓		✓
副董事长 非独立董事	陈琪	男	委员		委员		✓		
非独立董事	高利风	女	委员			委员		✓	✓
非独立董事	潘震	男	委员	委员				✓	✓
独立董事	葛俊杰	男	委员		委员	召集人	✓	✓	
独立董事	陈建波	男		委员	召集人			✓	
独立董事	高玲	女		召集人		委员			✓

5.1.2 党风建设

在党建工作方面，公司在上级党委的坚强领导下，深入学习贯彻党的二十大精神，紧紧围绕“高质量党建引领高质量发展”工作思路，不断强化政治理论学习，全面推进思想、组织、制度和党风廉政建设，以筑牢信念信仰之基。报告期内，公司持续推动党支部组织建设完善，制定《上海贵酒党支部工作计划表》，坚持“三会一课”制度，定期开展支部委员会等，推动党建引领企业发展。

党建活动亮点

- 开展党员谈心谈话活动，共计28人次参与
- 开展重温入党誓词活动、批评与自我批评、我为群众办实事活动
- 参加上海徐家汇街道党工委组织的党建知识竞赛，并荣获二等奖
- 党支部看望慰问徐家汇街道西塘居民区老人

5.2 风险管理

公司严格遵守《中华人民共和国审计法》《中华人民共和国国家审计准则》等相关法律法规，并于报告期内进一步修订《上海贵酒股份有限公司内部控制手册》，优化对业务流程的内控管理机制，为企业内部控制与风险管理提供指导。公司已搭建风险管理“三道防线”，从业务运营、支持职能部门监控、内部审计监察方面严格践行风险管理，保障企业稳定运营。

第一道防线：核心业务部门

公司各业务条线对日常经营管理过程中的风险进行识别并加强流程控制

第二道防线：支持职能部门

持续地监控风险，明确实施内控策略，提供风控专业知识，实施内控政策和执行程序，以及在收集信息方面提供帮助，从而建立起整个企业范围内对风险和内控的统一认识

第三道防线：保障职能部门

由内部监察部门开展独立、客观的审计和咨询活动，通过检查处理形成长效机制，保障公司合规运营

风险管理架构“三道防线”

2023年，公司由合规管理工作组牵头开展风险管理审查，每季度对各业务及职能部门的业务流程及工作计划进行追踪，以识别潜在风险事项，从而进行有效的风险防范。

5.3 商业道德

公司严格遵守《中华人民共和国反洗钱法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，建立了《行为准则》《干部行为管理规范》作为商业道德标准的监督指导，以“责任，正念，整合，经营”为工作方针，涵盖对反腐败、反垄断、反舞弊、反欺诈等方面的管理，并设立针对商业道德违规行为的处罚与追责管理办法。公司内审监察部负责商业道德行为标准审查及监督，确保商业道德相关违规事件能够及时被调查和处理，将反腐倡廉工作落到实处。

公司亦建立针对商业道德事件的申诉与举报机制，并采取举报人保护措施，对举报人、举报事项、被调查人及调查资料严格保密，从而保护举报人权益。

报告期内，公司未发生任何与贪腐、贿赂相关的诉讼事件。

举报地址	上海市徐汇区虹桥路500号27楼 内审监察部
举报电话	021-33322858
举报信箱	jubao@sh600696.com

上海贵酒
SHANGHAI GUIJIU

“单丝不成线，独木不成林”，在关注自身经营发展的同时，公司亦着眼社会价值共创，秉持着“与子同德,与子共赢”的态度，携手各方社会伙伴，力求实现协同发展。共赢之贵，贵在以高效的管理流程和可持续发展高标准执行供应商管理，贵在从多方位为经销商提供多样化的赋能支持，贵在以长远的战略眼界积极促进行业发展，贵在怀揣着社会责任的热忱深耕公益慈善。知责于心，履责于行，公司不断致力于为行业和社会发展添一份力，共同创造更大的价值。

本章节对应的联合国可持续发展目标

SHANGHAI GUIJIU

06 贵德行远

传 递 共 创 价 值

6.1 伙伴赋能

公司充分认识到与商业伙伴合作发展的重要性，致力于建立和维护一个高效的供应链体系，与产业链的合作伙伴保持紧密合作，对下游经销商和小店进行多样化赋能和规范化指引，实现合作共赢和价值共创。

6.1.1 供应商管理

公司已制定供应链管理相关制度，坚持“公开、公平、公正”的采购原则，对供应商实施全流程管理，并制定供应商合作与帮扶举措，致力于促进供应链的可持续发展。

供应商准入

在供应商准入阶段，对供应商执行严格的资质及能力审核程序，通过预审、现场审核两个环节确保拟引入的供应商符合基本资质要求并具备稳定的供应能力

预审阶段

合规要求：要求所有供应商必须持有相关资质证照，并书面承诺不使用国家禁用物质原辅材料、回收料及受污染的原辅材料

质量要求：综合对候选供应商的样品检验结果，对其合规性进行评估

廉洁要求：要求所有供应商明确承诺反贪腐和反贿赂

劳工规范要求：将劳工保护相关要求作为供应商的一票准入否决项

现场审核阶段

根据供应商的性质、类别，对潜在风险问题点进行针对性审核，关注供应商现场是否存在违规管理情况及环保相关风险

供应商评价

根据供应商性质和过往年度供货合格率情况，划分出4类供应商风险等级，分别是A级供应商（战略合作伙伴）、B级供应商（普通供应商）、C级供应商（待观察供应商）和D级供应商（淘汰供应商）。公司通过年度评价审核和飞行检查对供应商进行分级管理评价，定期考察供应商在交付质量、绿色运营、商业道德等方面的表现。其中，年度评价审核涵盖供货质量、履约情况等维度。在质量审核方面，如在评价审核中发现供应商产品有潜在的健康与安全风险，将要求其限期整改，并加强验收审核，对于未完成整改的供应商，将暂停合作。公司亦定期开展供应商飞行检查，通过突击检查方式来考核供应商的履约情况。

供应商淘汰

严格管理供应商淘汰程序，对于评审不合格、连续两次履约评价结果为不合格、符合禁止项的供应商进行淘汰管理，规定其在淘汰之日起6个月禁止重新进入准入评审。在供应商淘汰期间，公司对该供应商的其他关联供应商准入提起关注，规定有证据证实与退出供应商存在直接关联的新增供应商不得进行准入。对于合作期间出现违法违纪、不遵守合同与承诺、商业贿赂或贪污腐败等严重失信行为，以及提供虚假资料或信息的供应商，采取退出合作或黑名单的管理方式，并给予相关员工相应处罚。

本地化采购

为促进地方经济发展，提高供应链运营效率，公司大力推动包材供应商本地化采购，围绕灌装工厂所在区域开发供应商。2023年，公司通过本地化采购计划显著缩减了包装原材料的运输能耗与成本，进一步提升了上游供应效率，总计促进包材平均成本下降超过10%。

供应商合作与帮扶

公司致力于与供应商共同发展，为供应商提供多种形式的支持和帮助。报告期内，公司与供货质量不稳定的供应商以及重要新品、大单品的供应商进行20余场质量沟通会议，针对供货中存在的不足进行技术、工艺层面的交流和探讨，制定有针对性的帮扶与改进措施和行动计划。

上海贵酒举办了“责任、经营”线上论坛

7月12日，公司举办了“责任、经营”线上论坛之塑料盖/金属盖生产管理与风险控制，邀请供货商进行线上沟通交流，同时要求供应商严把质量关，建立风险控制制度，提高产品合格率，实现互惠共赢

上海贵酒举办2023全球和合作伙伴领袖峰会

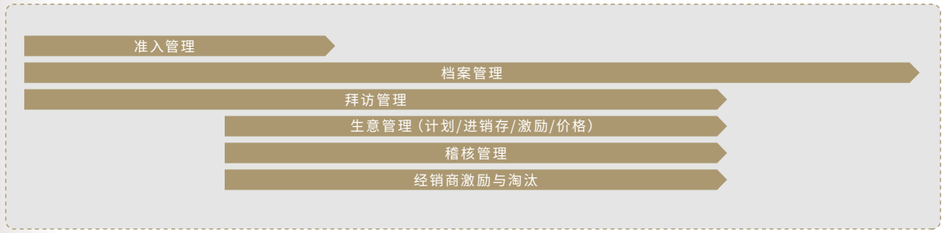
9月8日，2023全球合作伙伴领袖峰会暨私享晚宴分别在上海贵酒徐汇中心、上海中心圆满举行。公司积极响应国家扩大内需和双循环的战略，与合作伙伴领袖共聚一堂，在农业标准化、仓储物流、供应链管理、智能化科技及绿色食品包装等领域持续探索，搭建与合作伙伴共同发展的平台

6.1.2 经销商与小店管理

公司积极赋能下游经销商及烟酒小店，帮助经销商及烟酒小店解决实际问题，提高销售效率，实现合作伙伴的协同发展。

经销商赋能

针对经销商，公司建立了完善的《经销商管理制度》，并以《客户管理制度》《窜货管理制度》等相关制度作为依托，规范公司对经销商客户的管理、宣贯与培训，帮助提高经销商的经营质量。公司也对经销商执行全生命周期管理流程，在不同合作阶段开展不同的管理与评估举措，及时对经销商经营活动进行监督与激励。



在建立规范的经销商管理体系的同时，公司使用数字化技术加强对经销商的信息化管理水平，引入了包括SFA（Sales Force Automation）系统、DMS（Dealer Management System）系统、TPM（Trade Promotion Management）系统等数字化平台，有效实现销售流程全生命周期的线上管理，促进订单数据、库存数据与其他数据的跨系统整合，提升公司对经销商管理的精细化水平。

为推动与经销商客户的协同发展，报告期内，公司推动经销商联合生意计划书（JBP）的落地和运行。JBP基于生意规划将结果性指标分拆为一系列的过程性指标，并进行追踪，以确保结果性指标的达成。

经销商调研

在积极实施经销商激励举措的同时，公司十分重视经销商的意见建议。报告期内，公司先后开展了两次经销商满意度调研，以了解经销商合作反馈、销售服务满意度等。

深度回访调研

2023年5月，上海贵酒面向多条业务线的100余位经销商合作伙伴开展电话回访调研，从产品服务、销售服务、市场服务、人员服务、客户服务等方面了解经销商的合作反馈

购买倾向调研

2023年8月，上海贵酒面向60余位经销商伙伴开展以产品购买倾向为主题的调研，以充分了解下游合作伙伴对产品的反馈

公司汲取经销商伙伴的意见和建议，根据调研结果不断强化相应改进措施。在市场推广服务方面，在终端增设销售推荐人员，扩大广告软硬投放范围，力求不断提升管理和服务水平以保持品牌竞争优势。

小店赋能

公司持续推动“幸福小店”计划，增加对数字化创新及生态领域建设，帮助烟酒小店完成数字化升级，依托数字化营销手段，策划引流到店的中小型品鉴活动，为门店提供支持。

“i贵酒匠”小程序

2023年，“i贵酒匠”小程序上线。截至报告期末，已突破3万用户注册量，好酒推荐官注册用户达到7870人，“i贵酒匠数字化联盟”首期邀请10家门店参与，累计举办圈层品鉴会32场

“幸福小店门头”活动

除了为传统零售提供数字化发展空间，公司同样重视线下实体门店的建设。通过开展“幸福小店门头”活动，我们实现了空白网点的产品铺货和门头更换，将门店打造成公司在当地品牌宣传的堡垒，同时帮助渠道商打通下游渠道，助力客户建立分销网络

6.2 行业发展

公司在提升自身业务运营和管理的同时，积极参与行业峰会，与同行业和跨行业的领导者和专家进行面对面的交流和学习，分享最新的行业趋势、技术创新和最佳实践，在行业中保持创新优势，持续提升竞争力。公司不断拓展商业发展脉络与机会，促进合作与交流，助力行业高质量发展，传递共创价值。

6.2.1 共携手启新程，战略合作升级

上海贵酒与贵州酱酒集团、贵酱华泽酒业达成战略合作，强强合作共谱华章

10月10日，公司与贵州酱酒集团、贵酱华泽酒业战略合作签约仪式在深圳圆满举办。此次三方强强联合有利于整合优质资源，在做优品质、做大自身品牌的同时，也将助推核心产区知名度和影响力的提升，推进白酒产业高质量发展，共同拓展更为广阔的宴席聚饮酱酒市场。

上海贵酒与上海高金金融研究院民营经济研究中心、高净值研究院开启战略合作

6月14日，公司与上海高金金融研究院民营经济研究中心、高净值研究院战略合作签约仪式圆满举行。公司借助上海高金金融研究院民营经济研究中心、高净值研究院的智库力量，不断学习提升，拓展高知圈层资源，助推实体经济行稳致远，持续刷新上海白酒新名片。

6.2.2 加强访问交流，促进区域发展

上海贵酒受邀出席贵州省对接长三角产业协作推介大会

6月1日，贵州省对接长三角产业协作推介大会在上海国际会议中心隆重举行，公司应邀与众多长三角优强企业及商协会代表共同参会，在贵州政府的大力支持和帮助下，公司在贵州仁怀进一步推进酱酒基地投资建设，持续推进白酒产业和贵州的文旅产业发展相融合的探索实践，打开酒业新发展格局。

贵州省政府驻上海办事处领导一行莅临上海贵酒走访交流

9月14日，贵州省人民政府驻上海办事处业务处处长、贵州省工业和信息化厅副处长一行到访，参观了公司徐汇品鉴中心及体验中心，针对公司品牌文化、产品实力、发展历程和近几年在贵州的经营发展做了全面交流，凝聚了政企同心向未来的共识。

6.2.3 参与行业峰会，推动高质量发展

上海贵酒斩获2023第六届中国零售消费者体验峰会殊荣

8月10日，公司亮相2023第六届中国零售消费者体验峰会，与30多位权威嘉宾、85家国内外知名零售消费品牌企业、200余位重量级嘉宾共聚一堂，以“塑造极致体验，重启品牌增长”为主题展望未来消费，探讨消费者体验的数字化趋势，并在峰会同期举办的创新案例大赏暨年度消费者体验颁奖盛典上实力摘得“最佳零售全域营销创新奖”，为传统白酒整合营销提供了新的借鉴思路。

上海贵酒·高酱倾情赞助2023第四届中国设施管理行业峰会

9月14日至9月15日，由雁栖湖基础制造技术研究院主办，行政联盟、中国机械总院标准化研究院承办的2023第四届中国设施管理行业峰会在上海盛大举行，邀请了不同领域的行业专家进行顶尖对话。上海贵酒·高酱作为此次峰会指定白酒品牌，以跨界合作展现品牌核心的创新精神，落实上海贵酒·高酱品牌“优秀、生态、知性、社交”的形象，展现强强联手、高光加成的品牌力量，共同推动设施管理行业的高质量创新发展。

6.3 公益慈善

公司始终将公益慈善事业视为企业社会责任不可或缺的一部分，积极响应国家号召，在保证公司发展的基础上，落实社会公益实践，参与产业振兴、精准扶贫和慈善公益事业，为社会创造更多的福祉和公平机会。

公司以ESG为引领，结合自身特点及行业优势，搭建有特色的公益慈善体系，积极推广社会公益慈善事业和可持续发展，为人们酿造更美好生活。

阅读筑梦，点亮未来

公司自2021年坚持“阅读筑梦”，截至报告期末，已累计开展十一期公益赠书活动。2023年，我们携手上海贵酒幸福小店爱心店主代表，在河南商丘永城顺和镇蒋庄小学、海南省琼海市潭门镇福田小学、广西北海兴港镇中心小学进行了第九至十一期公益赠书活动，将悉心挑选的优质图书和体育用品等送到孩子们的手中，帮助他们开卷有益、勇毅前行。

公益基金，弱势帮扶

2023年6月30日，上海贵酒、五牛控股、善园战略合作协议暨上海贵酒公益专项基金启动仪式在善园举行。上海贵酒公益专项基金主要用于资助需要帮扶的弱势群体，开展教育、健康及其他领域的定向资助，促进人与自然和谐共存。

尊老敬老，夏送清凉

公司民建支部响应民建市委“夏送清凉活动”，联合民建供销委员会为会内老会员、街道独居老人采购瓜果饮品及防暑降温用品，发扬尊老、护老、爱老的传承，不断做好关心爱护老会员工作。

军星闪耀，致敬英雄

2023年，公司在福建、河南、四川、江西等地组织开展“军星闪耀，致敬英雄”退役老兵公益慰问活动，为老兵们佩戴绶带并送上慰问，以表达对他们为国家和人民做出的杰出贡献的深深敬意。上海贵酒军星事业部发扬拥军、助军、爱军的光荣传统，以实际举措关心、关爱老兵，推动在全社会营造尊崇军人、尊重退役军人的浓厚氛围。

结对帮扶，乡村振兴

在2023年仁怀市乡村振兴“百企兴百村”示范创建行动工作中，公司结对帮扶仁怀市喜头镇卫星村，投入慈善捐款20万，主要通过购买该村的农副产品在公司的职工食堂使用，解决该村农副产品的销路，增加当地农民的收入，同时也为公司食堂食材采购提供了便利，助力乡村振兴、践行社会责任、展现社会担当。

“择才不求备，任物不过涯”，公司始终将贤才视若窖藏中的佳酿，渴望携贵者之手，展辉煌风采。贵才之贵，贵在以“年轻化、专业化、多元化、国际化”之姿态，维护多元、包容和平等的企业氛围，贵在以量材授职的理念持续健全人才培养体系，助力贤才一展所采，贵在以爱人好士之心重视员工诉求、聆听员工心声、践行员工关怀。过去的一年里，公司仍然秉持“唯才是举，思贤若渴”的态度，将才情酝酿视为如美酒，静待岁月催熟，品味绵长。

本章节对应的联合国可持续发展目标

3 良好健康与福祉 | 5 性别平等 | 6 清洁饮水和卫生设施 | 8 体面工作和经济增长 | 10 减少不平等

SHANGHAI GUIJIU

07 贵才蕴智

员工发展培育

7.1 员工雇佣

公司高度重视人才团队建设，致力于为员工营造一个公平公正、充满尊重的工作氛围，同时注重企业文化氛围营造，致力于增强人才凝聚力。

7.1.1 劳工权益保障

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规以及运营所在地的相关法律法规，同时不断细化完善内部规章制度，以《员工手册》为基准，通过《员工奖惩管理办法》《员工着装及办公管理办法》《干部公约》等内部制度政策对员工的日常行为进行高效管理。

公司始终坚持平等、透明、无歧视的雇佣原则，杜绝性别、种族、肤色、年龄、国籍、宗教信仰、身体残障情况等任何形式的歧视，努力创造平等、和谐、多元文化融合发展的工作环境。同时，公司力保雇佣环节的合法合规，坚决杜绝强制劳动与聘用童工行为。

7.1.2 人才招聘

为广范吸纳人才，助力企业发展，公司设立了多元化的招聘渠道，并依照年轻化、专业化、多元化、国际化的标准筛选组织人才队伍，保证人才团队的专业能力与执行能力，以优秀的人才储备为公司发展奠定基石。

年轻化

公司相信年轻的力量，通过深入国内外顶尖学府，开展“上海贵酒未来之星”培养计划、“上海贵酒·贵在有你”继任者计划、“启航”实习生项目，为青年人才赋能

“上海贵酒未来之星”培养计划

公司以选拔年轻人才、留存人才发展为人才选用育留逻辑，以“企业学院”作为平台，开展了多点、多阶段、多内容的“上海贵酒未来之星”培养计划。

上海贵酒校园宣讲会

报告期内，公司采取“线上宣传覆盖全国，线下宣传覆盖重点区域及院校”的策略举办了2024级校园宣讲会，走访了多所国内高等学府。

北京大学

复旦大学

上海交大

江南大学

专业化

公司目前已汇集一批具有跨国企业、科技大厂、国际一线快消品等领域丰富行业经验的高级管理人才以及来自头部酒企的管理、技术、策划、销售等顶尖专业人员及业务团队

报告期内，上海贵酒酒体研究院推出了人才梯队建设规划，对人才选拔标准、培养原则、激励机制做出明确规定，从三个阶段、四个等级执行人才培养规划，致力于搭建专属于酒体研究专业人才的晋升梯队

多元化

公司积极推动多元人才团队建设，重视对少数群体及特殊群体的职业发展支持。2023年，公司完成两期退伍军人管培生项目，共完成对25名退伍军人的培训。此外，我们亦积极履行对残障人士的就业关怀，截至报告期末，高酱工厂已雇佣3名残障人士，并为其提供与普通员工同等的薪酬待遇

国际化

公司放眼全球，以引进海内外领先人才为招聘策略，将国内的白酒文化同国际消费特点、趋势相融合。公司集聚了有海外留学及工作经验的高质量经营白酒赛道的管理人才，未来也将持续招募海内外高阶、有实力的专家，推动品牌国际化进阶

7.1.3 企业文化打造

公司致力于依托企业文化自信塑造员工价值认同，以酒为媒来打造出独具品味和深度的企业文化。在充分尊重员工权益的同时，公司通过独特的人文精神，培养出专业、敬业且具有创造力的团队。

7.2 人才培养

公司致力于为有抱负、有能力的员工提供广阔的成长空间和持续的职业发展机会，通过持续完善内部晋升与发展体系和培训体系，以及丰富的学习资源和清晰的职业发展路径，帮助员工不断提升自我、实现自我价值。

2023年，公司积极开展企业文化建设，持续进行企业价值观宣导，通过干部公约培训、牵手导演陆川打造上海贵酒品牌故事片《你永远可以相信上海》、定期组织各类员工文娱活动等，不断提升员工归属感和企业凝聚力。

7.2.1 职业晋升与发展体系

公司结合发展战略及业务需求，建立了学院制职级管理体系，通过不同序列的发展路径设计为员工打造出全方位的职业上升渠道。在晋升实施方面，公司采用“定期与不定期相结合原则”，除定期在绩效考评后由公司统一发起晋升事项外，还会实时结合业务需求，并通过内部岗位竞聘选拔出符合要求的员工。针对干部管理，公司特别制订了《干部选拔任用管理办法》，并定期组织高管下午茶活动，促进干部人员就工作认知、努力方向、提升举措等方面进行交流沟通。

2023年，公司开展人才盘点工作对现有员工的能力、素质、潜力等方面进行了全面的调查、分析和评价，并针对人才评价结果采用激励、培训等积极举措提高员工整体素质，持续优化人员配置、进而提升企业综合竞争力。

7.2.2 员工培训体系

公司建立了人才与企业共同成长的发展平台。公司将员工需求置于优先位置，并结合业务需要，不断扩充培训资源，创新培训形式。2023年，公司面向各层级员工开展了多样化且富有针对性的业务专题培训。
对于新入职员工，公司于入职当月开展入职培训并安排包括新人入职礼包、新员工茶话会在内的破冰环节，以帮助新人尽快掌握公司概况，融入团队工作，发挥自身价值。

新人伙伴沉浸式体验酒文化

公司在新人培训中设置酒文化沉浸式体验环节，促进新入职员工更快熟悉产品理念及文化。

白酒四级品酒师上海贵酒定制培训班

2023年9月，公司同北京中酒荟萃教育科技股份有限公司联合主办“白酒四级品酒师上海贵酒定制培训班”，组织超过30名员工进行感官品评、中国白酒十二香型认知、白酒的历史文化、酿造工艺及质量等级酒样品评等内容的学习，并进行品酒师资格考核，颁发相关技能认证。

7.3 福利关怀

公司通过持续完善薪酬福利体系，强化健康与安全管理举措，为员工提供多样化的日常关怀，并着重帮扶特殊员工群体，致力于将关切传达至每一位员工，从而打造健康、安全、温暖、和谐的工作环境。

7.3.1 薪酬福利

公司已建立《上海贵酒股份有限公司薪酬管理制度》，坚持同工同酬，并为不同职位和序列的员工制定科学的薪酬结构，并设立基于绩效的薪酬奖励机制，定期进行员工绩效评估，并根据绩效评估结果对员工进行薪酬调整。

公司对业务表现突出的优秀核心员工进行中长期激励，激励范围包括但不限于：限制性股票、股票期权、员工持股计划等。2023年，上海贵酒发布第三期员工持股计划，进一步完善了员工与公司的利益分享机制，提高了职工凝聚力和公司竞争力。

公司依法为正式在职员工缴纳五险一金，并且为员工子女购买商业保险，彰显公司对员工福祉和社会责任的持续承诺。同时，公司对法定工作时间及节假日进行明确规定，保障员工合法休假，充分体现公司对员工权益的尊重。

2023年多元化福利：

补充保险：
为入职员工购买商业保险，为有子女的员工额外购买子女补充医疗保险

通勤补贴：
提供交通、午餐和通讯补贴

节日礼金及生日福利：
发放节日礼品，安排生日福利慰问及生日会

健康福利：
为员工提供中医理疗

餐券优惠福利：
发放品鉴中心咖啡券及餐饮积分；提供职场自动售货机企业结算优惠

7.3.2 员工沟通与关怀

公司为员工提供了多种沟通渠道与反馈机制，以便员工能够充分表达意见和建议。为维护员工的民主权益，公司特设有工会委员会，鼓励员工积极行使民主管理和民主监督权利，以确保员工建议得以充分倾听。

除此之外，为了更加有效地满足员工表达诉求的需要，公司开设了包括举报热线、电子邮箱、现场举报等多种投诉方式。在《上海贵酒股份有限公司内部控制手册》中，公司明确规定了对举报人信息资料的全面保护措施，旨在确保举报者的隐私和安全得到最大程度的保障。

公司每年会定期针对工作条件、晋升空间、薪酬福利等方面对员工开展满意度调查，收集员工反馈与期待，从中总结管理经验并采取提升举措，培养员工对企业的认同感及归属感，不断增强员工对企业的向心力和凝聚力。

公司也为员工提供多样化的关怀举措，积极策划并筹办丰富多彩的员工活动，力求打造温馨舒适的工作氛围。2023年，上海贵酒以俱乐部、主题及专项形式开展员工活动，相较于往年聚焦性加强、分类更广。

多样化员工活动

俱乐部活动	·成立“羽林军”俱乐部与跑步俱乐部，为众多体育爱好者提供活动平台
生日会活动	·开展月度生日会，共同分享生日喜悦
专项活动	·开展向“光”而生，“花young绽放女神节”活动
高酱工厂篮球赛活动	·高酱工厂举办三人制篮球联赛活动，旨在加强员工间的团队精神、合作意识，并提倡积极的生活方式，同时也为公司内部搭建了更加紧密的社交网络

公司积极开展特殊、困难员工群体的帮扶工作。公司通过组织座谈会、提供实质性援助等方式，为员工的工作生活提供关怀和支持。

高酱工厂慰问困难职工

每年年底，高酱工厂都会为困难职工送去温暖。2023年，公司慰问了15位在职员工，着重关注一线工作的同仁，通过发放现金和物资的方式，为困难职工提供实质性支持，切实改善其生活状况。

“退役军人看军星”系列活动

2023年，为促进退役军人就业创业工作高质量发展，公司举办了“退役军人看军星”系列活动，为退役军人搭建展示才华和实现个人职业发展的平台，彰显公司对军人群体的支持与关爱。

助力上海马拉松，为酿造更美好生活“全速奔跑”

公司为酿造更美好生活“全速奔跑”，先后赞助2023上海半程马拉松的公益跑团、作为支持商和唯一指定白酒赞助商全方位支持2023上海马拉松赛事。作为一家锐意进取的白酒企业，公司和马拉松参赛跑友一样，超越自我、永不放弃，诠释上海贵酒的腔调。作为一家负责任的企业，公司支持本地重要的国际体育赛事，贯彻落实企业社会责任。

7.3.3 职业健康与安全

公司不断完善职业健康安全管理体系，致力于构建更益于员工健康的工作环境，为员工提供全方位的职业健康与安全保障。公司严格遵守国内有关职业健康与安全的法律法规，制定了《从业人员健康管理制度》《安全生产管理制度》《安全教育培训制度》等管理制度及《生产安全事故应急预案》，时刻把保障员工身心健康与安全生产放在首要位置。

在安全生产方面，上海贵酒持续强化各项安全措施，同时定期组织应急演练，以降低潜在安全事故风险。

员工安全管理

公司内部各级实行安全责任制，对员工安全进行管理；针对外部第三方，根据其在厂时间、作业活动及风险程度等进行系统性安全环保培训

机械设备与作业环境管理

将风险划分为从上至下三个层级，分别由安环部、各部门车间、各班组进行安全隐患排查

员工安全管理

采用线上线下联合的安全管理举措：
线下各部门车间张贴风险告知栏，并落实管控责任人，对重点岗位进行运行检查记录的每日填报，依据检查清单逐一比对，及时发现潜在隐患

定期对各部门、各车间、各班组的岗位风险进行更新，根据风险因素进行隐患排查

安全培训与应急演练

按公司安全管理要求，新员工于进厂时接受三级安全教育培训及考核

2023年，高酱工厂新增2名专职职业健康管理人员取得职业卫生培训合格证书

2023年7月，公司安全分管领导、各部门负责人、基层员工协同消防队组织开展专项消防应急演练

2023年8月，安环部组织管理层开展安全行为与应急知识培训

2023年11月，公司组织生产车间人员培训消防器材使用知识

在员工身心健康关怀方面，公司高度重视员工身体健康，并通过实施多项措施，包括健康检查、年度体检、中医问诊以及基层员工慰问等，全面关注员工的整体健康状况。与此同时，公司积极开展心理疏导工作，通过与学汇爱等专业机构合作，打造“房树人”系列心理课程，得到了员工的广泛好评和高度认可。

08 索引

		全球报告倡议组织（GRI）标准指引
开篇	关于本报告	GRI 2、GRI 201、GRI 3
	管理团队致辞	
	走进上海贵酒	
	2023年度大事记	
	年度荣誉	
	ESG治理	
专题	创造上海城市新名片	GRI 2
贵泉绿酿 呵护生态环境	环境保护	GRI 304
	低碳生产	GRI 201、GRI 302
	循环经济	GRI 301、GRI 303、GRI 306
贵香醇品 卓越品质创新	产品创新	GRI 416
	品质保障	GRI 416
	客户服务	GRI 417、GRI 418
贵酒治道 夯实企业管治	企业管治	GRI 2
	风险管理	GRI 2
	商业道德	GRI 2、GRI 205、GRI 206
贵德行远 传递共创价值	伙伴赋能	GRI 204、GRI 308、GRI 414
	行业发展	GRI 413
	公益慈善	GRI 203
贵财蕴智 员工发展培育	员工雇佣	GRI 2、GRI 405、GRI 406、GRI 408、GRI 409
	人才培养	GRI 404
	福利关怀	GRI 201、GRI 401、GRI 403

09 意见反馈

如对本报告内容有任何问题或建议，可通过以下方式联系我们：

联系电话： 021-33322819

邮　　箱： IRM600696@163.com

地　　址： 上海市徐汇区虹桥路500号上海贵酒中心