



2025年度 环境、社会和公司治理报告

2025 ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE REPORT

中国首家酒类流通A股上市企业
股票代码:300755



公司官网: <https://www.vatsliquor.com>

联系电话: 010-56969969

电子邮箱: vatsliquor@vatsliquor.com

公司地址: 北京市东城区白桥大街15号嘉禾国信大厦CD座5层

CONTENTS

目录

报告前言	01
董事长致辞	03
报告综述	05
议题重要性评估	17
可持续发展管理	20

01

合规治理 坚守经营底线

党建引领发展	27
优化公司治理	28
加强内控风险	32
深耕投关管理	34
践行商业道德	36

02

品质服务 锻造卓越品牌

可持续供应链	41
产品和服务安全与质量	47
品牌营销管理	51
创新驱动发展	62
数据安全保护	68

03

绿色运营 共创低碳未来

应对气候变化	75
守护美好环境	80
资源高效利用	87

04

责任担当 促进共荣发展

员工权益保护	93
薪酬福利待遇	96
加强员工沟通	97
员工培训发展	99
职业健康安全	105
社会责任担当	111
报告附录	115
意见反馈	117



报告前言

关于本报告

报告说明

本报告是华致酒行连锁管理股份有限公司发布的第三份环境、社会和公司治理报告。报告依据客观、规范、透明和全面的原则，详细披露了 2025 年华致酒行在环境、社会和治理（简称“ESG”）方面的理念和实践绩效。

报告范围

本报告以华致酒行连锁管理股份有限公司为主体，包括所属分、子公司及直属机构，除特别说明外，本报告范围与本公司年报范围保持一致。

时间范围

报告的时间范围为：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（以下简称“报告期”）。为增强本报告的对比性和前瞻性，部分内容适当追溯以往年份或具有前瞻性描述。本报告的发布周期为一年一次，与财务年度保持一致。

报告影响时间范围

报告中的影响时间范围的短期、中期、长期分别定义为 1 年以内、1 ~ 5 年、5 年以上。

编制依据

联合国可持续发展目标（SDGs）

全球报告倡议组织《GRI 可持续发展报告标准（GRISTandards）》

可持续发展会计准则委员会 SASB 准则

深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》

深圳证券交易所《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》

数据来源及可靠保障

报告使用数据来源包括公司实际运行的原始数据、政府部门公开数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查、第三方评价访谈等。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

称谓说明

为了便于表述和阅读，本报告中“华致酒行连锁管理股份有限公司”也以“华致酒行”“公司”或“我们”表述。

公司简称	公司全称
华致酒行、公司、我们	华致酒行连锁管理股份有限公司

报告获取

您可以在深圳证券交易所 (<http://www.szse.cn>) 或公司官方网站 (<https://www.vatsliquor.com>) 浏览或下载本报告。

意见反馈

若您对本报告有任何意见或建议，欢迎通过以下方式与我们联系。邮箱：dongmiban@vatsliquor.com 电话：010-56969969，地址：北京市东城区白桥大街 15 号嘉禾国信大厦 CD 座 5 层。





吴向东

华致酒行连锁管理股份有限公司董事长

▶ 董事长致辞

时序轮转，笃行不怠。在全球可持续发展浪潮奔涌向前的今天，ESG已不再是企业经营的“加分项”，而是衡量企业长期价值与核心竞争力的“必答题”。作为中国酒类流通行业的领军者，华致酒行始终坚信，唯有坚守“精品、保真、服务、创新”的经营理念，将环境责任、社会责任与公司治理深度融入发展血脉，才能在时代浪潮中筑牢根基、行稳致远。

绿色发展，是华致酒行对时代的庄严承诺。我们深刻践行国家“双碳”战略，将生态理念贯穿供应链全链路，以实际行动守护绿水青山。在上游采购端，我们注重可持续采购，从源头把控环境价值；在中游运营端，建立数字化仓储物流系统，投用新能源运输车辆，推广环保包装材料，通过技术创新持续优化碳足迹管理；在下游终端，依托覆盖全国的终端连锁网络传递绿色消费理念，推动行业绿色转型进程。每一项举措的落地，都是我们以可持续运营回应时代命题的坚定实践，也让“绿色华致”的品牌印记愈发鲜明。

价值共生，是华致酒行对社会的不变初心。自创立以来，“诚信”始终是我们的企业生命，而“保真”则是我们对消费者的核心承诺。我们拥有具有文化传播性质的老酒收藏馆与业内领先的名酒鉴定中心，独创三级鉴真体系与“一瓶一码”溯源技术，构建起全方位的品质防线，让广大消费者放心购买、安心饮用真品美酒。在回馈社会方面，我们积极投身乡村振兴，以消费帮扶赋能地方发展；持续开展助学、敬老、环保等公益活动，用务实行动传递温暖力量。

在企业内部，我们秉持“热情、忠诚、担当、有为”的精神，通过完善的培训体系与清晰的职业规划，为每一位员工搭建成长平台，实现企业与员工的共同发展。

规范治理，是华致酒行行稳致远的坚实根基。作为中国首家酒类流通A股上市企业，我们始终以高标准构建治理结构与内控体系，坚守透明度原则，通过定期报告、业绩说明会、线上线下路演等多元渠道，与资本市场保持坦诚高效的沟通。凭借在治理优化、数字化转型与投资者关系建设方面的卓越表现，我们荣膺多项大奖，这既是行业与市场对我们的认可，更是我们持续精进的动力。我们始终坚信，规范的治理能够激发企业内生动力，为股东创造长期价值，为企业可持续发展保驾护航。

美酒承文脉，责任铸未来。站在新的发展起点，华致酒行正朝着“从真的华致，到潮的华致、数智化的华致”稳步迈进，全力打造“新零售保真连锁品牌+酒类供应链服务平台”。华致酒行的成长，离不开每一位利益相关方的信任与支持。未来，我们将始终以长期主义坚守初心，以责任担当续写华章，在连接全球美酒与中国消费者的道路上，兼顾商业价值与社会价值，与各界伙伴携手共创绿色、智慧、共享的美好未来，奋力书写中国酒类流通行业高质量可持续发展的新篇章！

报告综述

▶ 走进华致酒行

公司简介

华致酒行连锁管理股份有限公司（简称“华致酒行”，股票代码：300755.SZ）于 2005 年 5 月 26 日创立，是国内领先的精品酒水运营商和服务商。2019 年 1 月 29 日公司在深圳证券交易所挂牌上市，成为中国首家酒类流通 A 股上市企业。2010 年至 2025 年，公司核心品牌“华致酒行”连续入选“中国 500 最具价值品牌”，品牌价值稳步攀升至 359.15 亿元，市场认可度持续增强，已跻身成为中国酒类流通行业领军企业，成为深受消费者信赖的中国保真酒类连锁品牌。

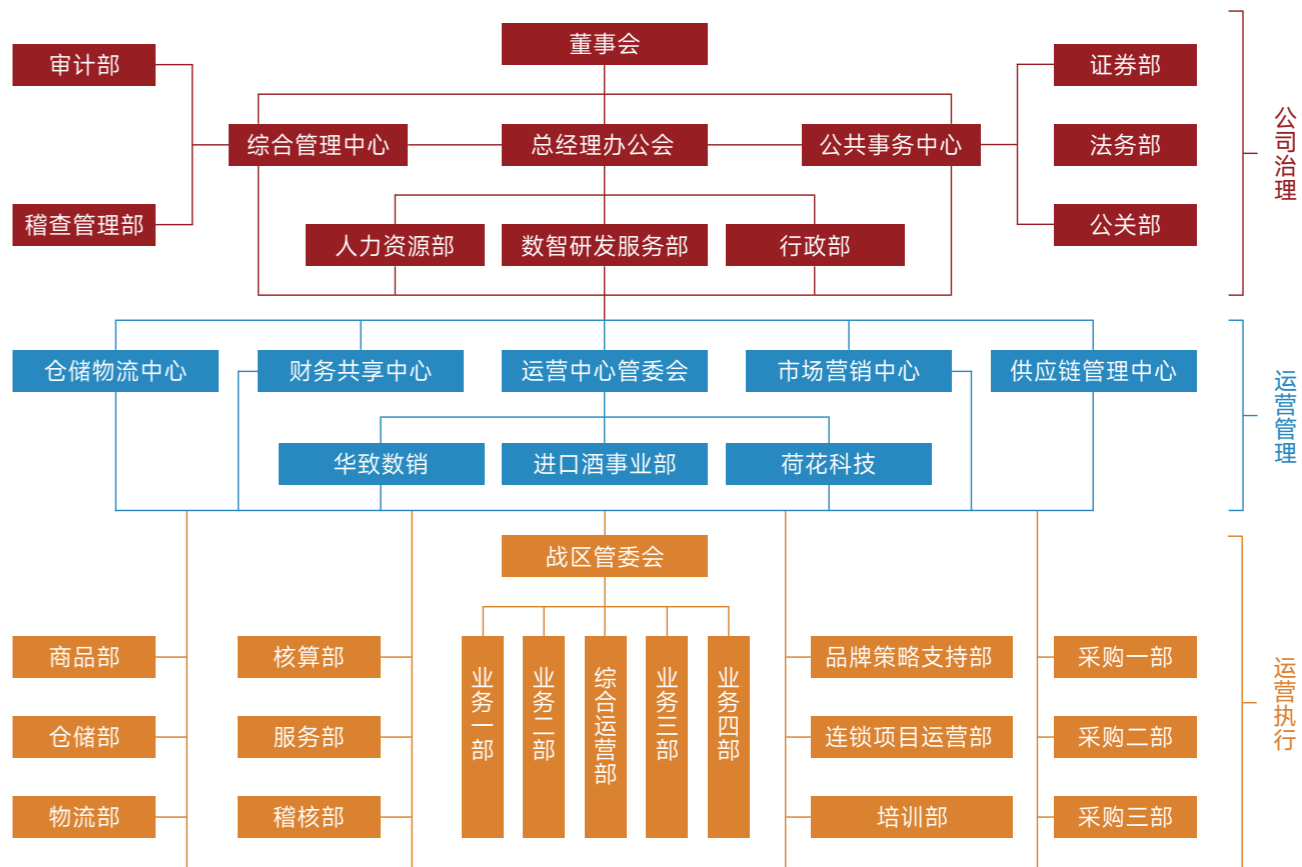
华致酒行现经营国内外精品白酒、进口葡萄酒、进口烈性酒等产品近 4,000 种，从成立之初就与国内外知名酒企建立起稳定合作，实现全线产品源头采购，保证消费者购买到的每一瓶酒都是真品。公司与贵州茅台、宜宾五粮液、山西汾酒等国内头部名优酒企建立了长期稳定的核心合作关系，先后荣获茅台“仪狄巨匠金奖”“优秀经销商”、五粮液“六星级运营商”“杰出品牌运营商”“特别贡献奖”、汾酒全球经销商大会“突出贡献奖”等多项行业重磅荣誉，彰显了上游酒企对公司渠道实力、运营能力及品牌信誉的高度认可。同时，公司与国内酒企合作开发了“贵州茅台酒（金）”、“荷花酒”、“钓鱼台精品酒（铁盖）”、“古井贡酒 1818”、“虎头汾酒”、“习酒窖藏 1988（鎏金）”、“金酒鬼”、“金内参”、“金国窖”、“赖高淮作品 1989”等多款优质、畅销酒品。

进口葡萄酒方面，公司除了代理多款如拉菲、玛歌、拉图、木桐、奥比昂等世界名庄酒外，于 2018 年与富邑集团（TWE）建立长期稳定的合作关系，持续销售推广旗下奔富酒庄（Penfolds Winery）与璞立酒庄（Beaulieu Vineyard）的高端葡萄酒，独家代理了奔富礼赞周年纪念红葡萄酒，还代理了蔻兰山系列和多款 Bin 系列产

品；2020 年开始与拉菲罗斯柴尔德男爵酒业公司达成战略合作，独家代理旗下巴斯克酿酒师珍藏系列、传奇波亚克红葡萄酒。另外，公司还经销原产地为中国关境外的烈性酒产品，主要包括威士忌 (Whiskey)、白兰地 (Brandy)、伏特加 (Vodka)、朗姆酒 (Rum)、日本清酒 (Sake) 等。

公司构建了覆盖品牌连锁门店、零售网点、KA 卖场、团购、电商的全渠道营销网络体系，各渠道协同互补、深度融合，形成“线上线下联动、直达终端消费”的运营格局，有效提升了公司的市场覆盖广度与深度。公司旗下华致酒行、华致名酒库、华致优选等品牌连锁门店已实现全国省级区域覆盖，门店数量保持稳定增长，核心品牌门店占比持续提升，成为品牌展示、客户服务与产品销售的核心载体。同时，公司顺应消费升级与新零售发展趋势，为客户提供市场资讯、业务培训、管理支持等增值服务，有效提升客户忠诚度与渠道稳定性，进一步强化市场话语权。

2020 年 5 月，公司于北京城市副中心通州台湖建立的全国最大名酒鉴定中心和老酒收藏馆正式开业，藏有各类茅台、五粮液等名酒 25 万余瓶。华致酒行老酒收藏馆集鉴真、品鉴、培训、文化传播等功能为一体，自开业以来共有企业领导、文化名人、名酒老酒收藏家等 8 万余人次莅临参观。酒在人类文化的发展中，不仅是一种物质、商品，而且是一种文化象征。公司通过多年来打造的多元化产品服务体系，使客户不断提升对公司品牌、产品、服务的认同感和满意度，为公司提升客户黏性，保障渠道稳定、快速发展提供了不可或缺的软实力支持。



华致酒行组织架构图

企业文化

企业愿景

- 让广大消费者，能够放心地购买到真品美酒，喝上真品美酒

企业使命

- 为消费者甄选国内外真品美酒
- 为中国酒业营销模式创新思路
- 为世界酒文化传播贡献力量

企业目标

- 成为最受消费者信赖的中国保真酒品连锁销售第一品牌

企业精神

- 企业价值观：信念坚定
- 工作方法：循序渐进
- 市场竞争观：意志坚毅
- 工作哲学：水滴石穿

核心价值观

- 永争市场第一位，为一线市场提供最优的服务
- 诚实、快乐的工作
- 胜不骄、败不馁，永不放弃追求卓越的事业
- 抓住关键目标，快速行动
- 360度学习，行大于知，把事做好



企业主张

诚信：诚信是我们企业的生命，是每一位员工的最高工作准则

培养“六爱”精神：爱企业、爱伙伴、爱产品、爱营销、爱市场、爱品牌

团队“三比”和“三不比”：比市场操作能力（或服务能力）、比管理能力、比团队建设能力；不比个人荣誉、不比个人收入、不比市场投入

落实四项责任：对物流流向负责、对客户利润负责、对拉动消费负责、对价格稳定负责

严守五项铁的纪律：不从事第二职业、未经公司允许不得擅自借关联客户的钱、物和车、不得以任何理由与关联客户赌博、禁止收受任何回扣、不对客户乱承诺、禁止口头承诺，禁止费用投入先斩后奏

发展历程

2005年

- 华致酒行前身“华致酒业”正式成立，独家代理五粮液陈酿年份酒，全国推广销售；
- 9月16日，第一家华致酒行门店在湖南醴陵开业。

2006年

- 华致进入业务起步阶段，布局全国销售网络；
- 公司内部启用 ERP 企业管理系统规范企业作业流程。

2007年

- 华致进入业务发展阶段，在全国各地大力开发连锁酒行门店；
- 代理古越龙山年份酒，并开始涉足进口酒业务。

2008年

- 公司名称正式变更为“华致酒行连锁管理有限公司”。

2009年

- 公司业务不断发展壮大，代理、销售茅台、五粮液等中国优质酒品及法国名庄酒等世界知名酒品。

2010年

- 公司名称变更为“华致酒行连锁管理股份有限公司”，成为股份制公司。

2016年

- 公司获得著名品牌研究机构“世界品牌实验室”颁发的“2016 中国品牌年度大奖”；
- 酒水新零售平台——华致酒库诞生。

2015年

- 华致与茅台合作推出“金茅台”，此产品被中国酒业市场论坛组委会评为“2015年度十大新品”。

2014年

- 公司获得玛歌酒庄颁发的“玛歌酒庄推荐进口商”证书；
- 公司与全球知名葡萄酒公司美国星座集团达成战略合作。

2013年

- 世界级葡萄酒大师阿伦·格里菲斯加入公司；
- 手机移动端“掌上华致”APP 上线。

2012年

- 华致业务进入高速发展阶段，全国连锁酒行门店达500多家；
- 成立华致酒行6S管理委员会。

2011年

- 国家工商总局认定“华致”商标为“中国驰名商标”，成为35类酒水连锁经营类别中唯一的中国驰名商标。

2017年

- 第一家华致酒库在河南郑州开业；
- 公司获五粮液股份公司颁发的“六星级最高运营商”证书。

2018年

- 公司与富邑集团达成战略合作，成为澳洲奔富和美国璞立酒庄的代理经销商；
- 公司与河北中烟、荷花酒业联合开启“荷花”品牌战略合作，成为荷花酒全球总代；
- 华致酒库门店在全国有近千家；
- 华致酒行IPO在证监会成功过会。

2019年

- 华致酒行在深圳证交所挂牌上市，股票代码：300755；
- 微信小程序销售平台“华致酒行旗舰店”正式上线；
- 华致酒行与钓鱼台国宾酒业达成战略合作，取得铁盖·钓鱼台的独家经销权，成为农庄世家的中国总代理。

2020年

- 位于北京通州台湖民企总部基地的华致酒行老酒收藏馆和名酒鉴定中心正式对外开放；
- 青花汾酒30复兴版首发；
- 颁布323新规，启动白名单项目。

2021年

- 华致酒行荣获2021年（第十八届）“中国品牌年度大奖酒业连锁NO.1”荣誉称号，再度荣膺五粮液集团“特别贡献奖”；
- “荷花·玉系列”斩获2021布鲁塞尔国际烈性酒大赛双料金奖。

2025年

- 华致酒行于云南昆明举办20周年庆典；
- 华致优选门店业态上线；
- 16次入选“中国500最具价值品牌”，品牌价值359.15亿元。

2024年

- 荣获“全国产品和服务质量诚信示范企业”等多项权威认证；
- 华致酒行荣获2021-2023年度酒类零售连锁行业“特别贡献奖”；
- 以320.67亿元第15度入选“中国500最具价值品牌”。

2023年

- 再次携手酒鬼酒推出高端新品“金内参”，独家代理奔富礼赞系列178周年限量款；
- 华致酒行品牌价值升至271.86亿元，华致酒行十四度蝉联中国500最具价值品牌；
- 首批十家正式授牌的010号茅台品藏馆、第三代茅台专卖店相继开业。

2022年

- 华致酒行携手酒鬼酒隆重推出高端新品“金酒鬼”；
- “荷花·金蕊天荷”斩获第23届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大赛“大金奖”，并获评中国最高分，成为“中国最佳烈性酒”。

产品介绍

贵州茅台酒（金）



贵州茅台酒(金)贵人来，金茅台。尽显璀璨厚重的茅台文化，展现历久弥香的金牌品质。采用经典茅台酒体，酱香突出、优雅细腻、回味悠长。

奔富600



奔富Bin600与品牌加州起源紧密相连，以克雷斯顿牧场的名字来命名，为了纪念奔富在加州葡萄酒探索的历史故事，采用1998年南澳葡萄扦插的果实酿造，以赤霞珠与设拉子经典混酿，是奔富加州征程的标志性酒款。

荷花·金蕊天荷



第23届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛获全场最高奖项“大金奖”“世界酱香白酒核心产区(贵州·仁怀)”优质品牌，源自茅台镇7.5平方公里核心小产区，屡获仁怀市政府推荐，获授“十大推荐酒”等荣誉称号。

虎头汾酒



60年代老八大名酒的虎头瓶汾酒复刻升级，汾酒总工程师杜小威大师亲自设计。瑞虎祈福，福寿平安。

钓鱼台精品酒（铁盖）



传奇铁盖，稀缺经典。由更多、更老的年份老酒勾调而成，酒色趋近“浅金色”，酱香浓郁，酒体醇和，口感醇厚，回味悠长，空杯余香持久。

习酒·窖藏1988【琉金】



年份更长，老酒更香。选取陈年窖藏老酒，与多年份老基酒，经白酒酿造专家团队倾心打造而成的习酒·窖藏1988系列高端大单品。

奔富礼赞系列



加州礼赞葡萄酒，以赤霞珠为主角，以实践精神为核心，反映了鲜明大胆的美式风格，其光彩和魅力扑面而来。

金内参



每一滴都是8年以上馥郁老酒，大师精心酿制、勾调，使用湘西独特地貌活洞“利达洞”洞藏，资源稀有，不可复制。第23届比利时布鲁塞尔国际烈性酒大奖赛获全场最高奖项“大金奖”“世界酱香白酒核心产区(贵州·仁怀)”优质品牌，源自茅台镇7.5平方公里核心小产区，屡获仁怀市政府推荐，获授“十大推荐酒”等荣誉称号。

赖高淮作品·珍藏版



浓香大师，老酒珍藏！由赖高淮亲自打造、由赖高淮祖传酒坊酿造，传承自1553年不断代祖传秘方，基酒陈藏至少5年。

奔富礼179



自1844年以来，先锋大胆的精神影响着奔富的酿酒哲学。精神为帆，实践为桨，始终如一地趋使我们，乃至近年来让我们足以跨越半球去酿酒。奔富礼赞赤霞珠葡萄酒，致敬迸发新征程的勇气和信念：打破疆界，勇敢无畏，一往无前。

拉菲波亚克



拉菲波亚克红葡萄酒由拉菲罗斯柴尔德团队精心打造，被誉为“小小拉菲”。以赤霞珠与梅洛混酿，经橡木桶陈酿12个月，单宁细腻，香气馥郁，尽显波亚克产区优雅与力量。

BV「织锦」



「织锦」是BV致帕索罗布斯及其混酿艺术的一封情书，巧妙融合了帕索罗布斯多个地域的多样葡萄品种，酿造出优雅而惊喜的佳酿，彰显和而不同的美学深度。

企业荣誉



16次蝉联「中国500最具价值品牌」
世界品牌实验室



酒类零售连锁行业十年（2015-2025）
特别贡献企业
中国酒类流通协会



酒类零售连锁行业十年（2015-2025）
领军企业
中国酒类流通协会



2025年度ESG社会责任实践领先企业
广东时代传媒集团



2024年“银栎奖·市值管理奖”
银栎财经



2024年“最佳投关奖”
同花顺



2024年度创新企业案例
央广网



“全国质量检验稳定合格产品”
中国质量检验协会



证券之星“卓越品牌奖”
证券之星



“新消费场景开拓者奖”
经济观察报



“中经新消费最佳口碑企业”
中国经营报



2025汾酒全球经销商大会
“突出贡献奖”
2025汾酒全球经销商大会



“中国酒类流通30年经典案例”
中国酒类流通协会



“2025年度上市公司ESG价值传递奖”
价值在线



金桥梁“2025年度杰出品牌影响力企业”
思维财经、投资者网主办



金禧奖“2025非凡影响力公司”
标点财经研究院联合《投资时报》
投资时间网主办



“2025财闻奖·卓越创新奖”
同花顺与财闻



“中国酒类市场景气指数（试运行）”
联合发起单位授牌
中国酒类流通协会



证券之星 ESG 供应链影响力奖
证券之星



“可持续消费力”优秀案例
中国经济传媒协会、中国食品发酵工业
研究院指导，北京商报社、深蓝智库·酒
业品牌研究院主办，北京商报·中国酒
业频道、西街传媒（北京）有限公司

2025 可持续发展亮点

经济绩效

总资产

48.06 亿元



营业收入

58.95 亿元



公司治理

股东会召开数量

1 次



董事会召开数量

6 次



召开党支部会议次数

2 次



法律培训数量

2 次



社会绩效

员工总数

979 人



女性员工数

463 人



纳税金额

9,044.92 万元



议题重要性评估

利益相关方沟通

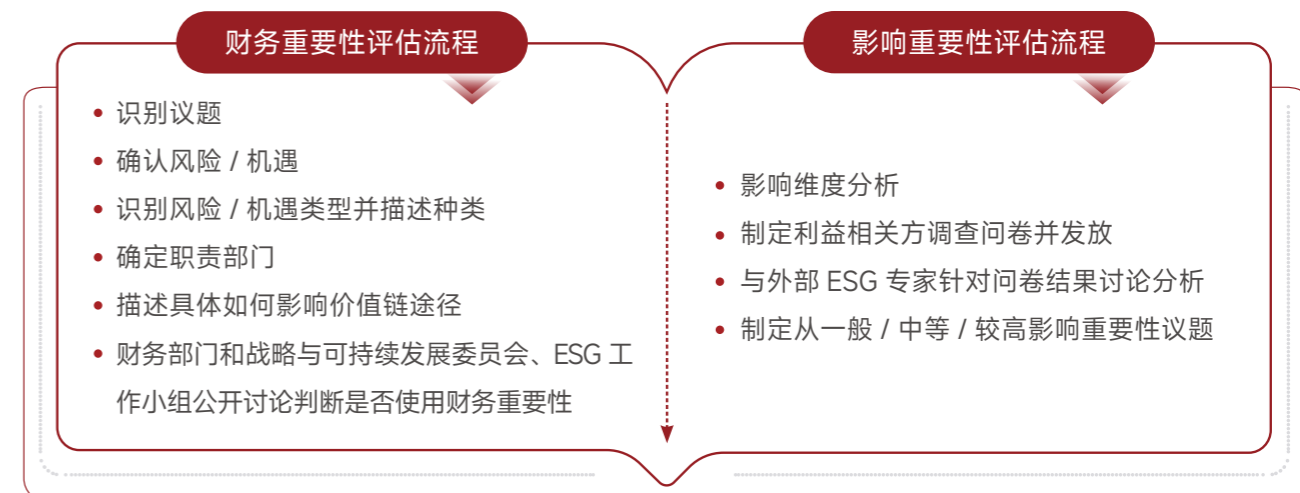
华致酒行高度重视与利益相关方的沟通，建立利益相关方管理体系，针对不同相关方的特点，通过与政府 / 监管机构、投资者、员工、客户、价值链伙伴等利益相关方保持常态化与多元化沟通，建立沟通渠道与回应机制，保障各利益相关方的知情权。

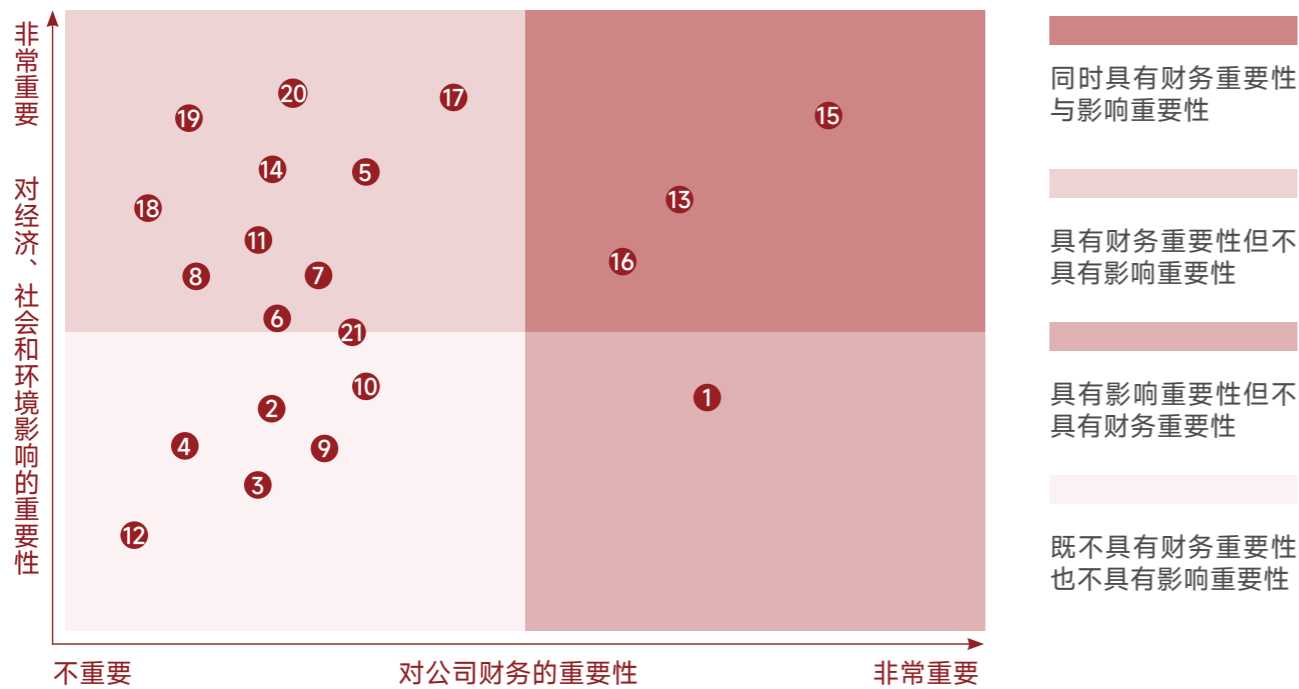
利益相关方	期望与诉求	沟通与回应方式
 员工	<ul style="list-style-type: none"> 薪酬与福利 培训与发展 职业健康安全 民主权益 沟通与关怀 	<ul style="list-style-type: none"> 保障员工权益 提供培训教育 健康安全管理体系 职代会、工会 加强员工沟通关爱
 股东	<ul style="list-style-type: none"> 完善公司治理 提高股东回报 防范经营风险 权益保障 公开透明的信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 完善治理体系 利润分配 投资者沟通交流 及时信息披露
 供应商	<ul style="list-style-type: none"> 良好合作关系 共同发展 遵守商业道德 公开公正采购 	<ul style="list-style-type: none"> 依法履约 开展战略合作
 客户/经销商	<ul style="list-style-type: none"> 优质产品与服务 消费者权益保障 信息与隐私安全 	<ul style="list-style-type: none"> 投诉响应 理性饮酒 合规宣传

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应方式
 行业协会/科研机构	<ul style="list-style-type: none"> 公平竞争 友好交流 行业进步 	<ul style="list-style-type: none"> 参与行业活动 引领行业发展
 公益组织/社区组织	<ul style="list-style-type: none"> 支持社区建设 公益慈善 关注弱势群体 	<ul style="list-style-type: none"> 促进当地发展 公益活动
 政府/监察机构	<ul style="list-style-type: none"> 依法足额纳税 诚信合规经营 助力脱贫攻坚 	<ul style="list-style-type: none"> 遵守法律法规 响应政府政策 带动地区发展

重要性议题评估

华致酒行基于内外部利益相关方的期望、经营范围以及可持续发展状况，参考国际可持续准则理事会（ISSB）的可持续披露准则，包括气候相关披露（IFRS S2）等国际及国内相关的披露标准，更新评估方法。公司建立了实质性议题管理机制并开展了双重重要性评估，在以往影响重要性评估的基础上融入了财务重要性分析，从而全面审视 ESG 议题对公司财务以及经济、环境和社会各方面的影响，以更有效地回应利益相关方的诉求和期望。





可持续发展管理

治理

华致酒行以实际行动践行可持续发展理念，将 ESG 融入公司运营全过程，通过制定《环境、社会及治理 (ESG) 管理制度》，助力公司精准应对环境、社会及治理挑战，构建由董事会 - 战略与可持续发展委员会 - ESG 工作组组成的治理架构，确立科学的 ESG 指标体系，自上而下构建由决策层、管理层和执行层组成的三级 ESG 管理体系架构，有序识别、监测与管理 ESG 领域的风险和机遇。公司建立信息报告机制，每年召开工作会议，以评估 ESG 优先事项，回顾 ESG 工作进展。

为推进可持续发展工作，公司在重点关注的四大领域科学设定绩效指标，涵盖环境管理、产品质量、人力资本发展与技术创新等，并将这些 ESG 绩效指标与相关董事及高级管理层薪酬挂钩，促进 ESG 常态化管理。



案例：勇担责任，初心致真

6月13日，在2025年ESG与高质量发展创新论坛暨颁奖盛典上，华致酒行凭借卓越的社会责任实践荣获“2025年度ESG社会责任实践领先企业”殊荣。



华致酒行荣膺“2025年度ESG社会责任实践领先企业”

案例：华致酒行上榜“可持续消费力”

5月29日，2025酒业文化论坛暨酒企可持续发展消费力论坛在北京举办。此次论坛以“可持续酿未来酒业高质量发展新路径”为主题，立足可持续发展规划，跨界整合B端资源，力求激活C端消费力释放。华致酒行上榜“可持续消费力”优秀案例。



华致酒行上榜“可持续消费力”优秀案例

战略

华致酒行始终牢记企业使命，将可持续发展作为核心驱动力，贯穿于企业价值链的始终。面对新时代的机遇，公司针对财务重要性议题，全面征询并深入理解利益相关方的诉求，精准识别其中的风险与机遇，通过有效管理，实现企业的稳健与可持续发展。

议题名称	风险及影响	机遇及影响	影响周期	影响范围	措施对应章节
供应链安全	高库存运营风险凸显，头部酒企直销倾斜挤压经销商货源。	推动供应链智能转型，实现降本增效与风险管控。	中长期	大	品质服务 锻造卓越品牌

议题名称	风险及影响	机遇及影响	影响周期	影响范围	措施对应章节
产品和服务安全与质量	多重冲击驱动行业重构，即时零售遇到价格与服务瓶颈。	竞争维度升级，构建产品+服务的综合价值体系；以店为基，线上赋能。	中期	大	品质服务 锻造卓越品牌
数据安全与客户隐私保护	自然灾害导致系统中断，网络攻击威胁数据安全。	融合驱动消费洞察，实现选品与营销的精准闭环。	短中期	中	品质服务 锻造卓越品牌
应对气候变化	气候变化导致供应链风险加剧、合规与转型压力上升、供需匹配难度增加。	气候变化促使消费向线上转移，加强数字化建设与电商布局。	长期	大	绿色运营 共创低碳未来

影响、风险与机遇管理

华致酒行建立ESG风险管理机制，加强公司对非财务风险的管控，对各种内、外部因素进行识别、评估和分析，涵盖客户服务、产品质量管控、环境管理等方面，并制定相应应对措施，确保风险的有效管理，促进公司的整体可持续发展。



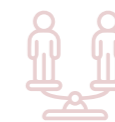
风险和机遇识别

明确识别时间，综合考虑相关方的需求以及公司运营情况，通过核对报表、计划分析、流程分析等措施识别风险和机遇。



风险和机遇分析和评估

采取综合评价法对发生可能性、严重程度、发生频率等进行矩阵分析，确定控制准则。



风险应对





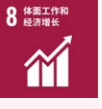

采取相应措施进行规避风险、降低风险和接受风险。



指标与目标

华致酒行注重长期可持续发展，融合经济、环境和社会效益于战略经营中，积极响应国家“双碳”理念，与联合国 2030 可持续发展目标（SDGs）紧密结合，制定《ESG 指标与目标管理手册》，打造 ESG 品牌形象，全面助力 ESG 发展。

战略支柱	目标及承诺	2025 年行动	联合国可持续发展目标 (SDGs) 对标
公司治理	<ul style="list-style-type: none"> 确保董事会独立性与多元化，持续优化公司治理结构； 完善股东权益保护制度，执行信息披露相关制度； 制定、维护和更新公司章程、管理制度、议事规则、工作细则； 将遵守商业道德情况纳入员工/高管绩效考核范围内。 	<ul style="list-style-type: none"> 优化公司治理结构，2025 年顺利完成监事会改革，实现由审计委员会承接监督职能，提升了监督效率与专业性； 强化合规管理体系，2025 年完成 26 项规章制度的修订，持续提升公司规范化运作水平； 保障决策科学透明，2025 年通过 6 次董事会、1 次股东会，切实维护股东及各方利益。 	  
环境管理	<ul style="list-style-type: none"> 在公司生产运营过程中考虑对环境的影响； 减少碳排放，使用可再生能源，助力国家碳达峰碳中和目标实现。 减少三废排放，节约水资源，构建“零”排目标。 	<ul style="list-style-type: none"> 2025 年实现突发重大环境事件 0 起，未发生环境相关重大行政处罚； 通过环保化选材（如可循环 EPE 材质）、包材回收再利用机制、将环保纳入承运商筛选标准以及物流智能化配载，构建覆盖包装与运输全链条的绿色物流体系； 采取“碳中和试卷”、节能标语等举措普及低碳理念，提倡办公低碳化。 	    
社会责任	<ul style="list-style-type: none"> 将“保真”从品牌口号转化为可感知、可验证的标准化服务，巩固“中国保真酒类连锁第一品牌”的护城河，提升品牌溢价与用户粘性； 打破传统酒商坐店等客的物理局限，构建全场景、即时化的酒类消费生态； 以数据驱动替代经验决策，打造酒类流通行业的“智能大脑”； 从单纯的“流通渠道商”向“供应链整合者”与“产品共创者”升级； 将企业的平台资源与供应链能力转化为乡村振兴的精准助力，实现“商业能力”与“社会价值”的深度耦合。 	<ul style="list-style-type: none"> 建立全国最大的老酒鉴定中心，独创“鉴定专员—鉴定师—资深鉴定专家”三级鉴真模式，推行全流程数字化追溯； 打造“华致酒行 3.0 门店 + 华致名酒库 + 华致优选”三大业态，创新性融合“名酒 + 高档餐饮 + 文娱生态”；构建“线下 + 线上、产品 + 服务、店内 + 店外”的全渠道网络，将门店转化为前置仓，实现最快 15 分钟达，并深度拓展企业团购、婚宴等店外场景； 与国内外知名酒庄建立长期稳定的合作关系，深度参与名酒的口感品评、风味调试及包装设计研发； 依托企业数字化能力，在微信小程序开设“贵州美味”专区，以线上平台为桥梁，将贵州优质特色食品直接推向消费者。 	  

战略支柱	目标及承诺	2025 年行动	联合国可持续发展目标 (SDGs) 对标
以人为本	<ul style="list-style-type: none"> 确保所有员工在招聘、职业发展和晋升中享有平等机会，设置灵活多元化激励机制，赋能员工快速发展； 打造安全健康工作环境，努力实现“零”安全事故，精准关怀，提升员工幸福感，致力于实现员工满意度 100%； 确保客户隐私泄露事故“零”发生。 	<ul style="list-style-type: none"> 推行差异化福利，针对西藏地区员工，额外给予 15 天假期（雪顿节、藏历年），尊重地域文化与气候特殊性； 设立“重点院校扶持培养津贴”，对 211 及以上高校或世界前 200 名大学的年轻员工按月发放津贴； 构建“全职业周期”的员工关怀，为退休员工举办荣退仪式； 打造“分层分类+数字化”的人才培养与发展机制； 员工保密协议签订率 100%； 打造“全链条+分层级”的安全责任与风险防控体系，构建“实战化+全覆盖”的安全教育与应急演练机制。 	     

可持续发展培训

华致酒行推进 ESG 文化塑造，常态化开展 ESG 专项培训，持续提高利益相关方对 ESG 文化的认同感，凝聚内外部动力，不断推进公司可持续发展。2025 年，公司开展 ESG 内、外部培训共计 10 场。

案例：ESG 专项培训

11 月，公司特邀第三方专业机构，面向供应链、质检及市场等关键业务部门开展 ESG 专项培训，累计培训 5 小时，围绕酒类行业特点，结合公司可持续发展战略，覆盖 ESG 核心理念、基础知识框架、全球管理趋势及评级体系等内容，提升关键岗位人员的 ESG 认知与管理能力，有效应对可持续发展过程中的各类挑战，为实现长期可持续经营提供有力支撑。



ESG 专项培训

01

合规治理 坚守经营底线

我们的行动

- ▶ 党建引领发展
- ▶ 优化公司治理
- ▶ 加强风险内控
- ▶ 深耕投关管理
- ▶ 践行商业道德

SDGs

8



体面工作和
经济增长

16



和平、正义与
强大机构

17



促进目标实现的
伙伴关系



党建引领发展

组织建设

华致酒行党支部始终高举思想旗帜，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。公司党支部紧紧围绕生产经营中心任务，充分发挥政治引领作用，团结带领全体党员和职工，筑牢思想根基、把稳政治方向，不断推动党建工作与业务发展深度融合。2025年，公司完成发展党员申报摸底、政审回函、入党材料整理等全流程工作，保障党员队伍规范建设，截至目前党员78人。

党建活动

华致酒行以党的创新理论为指导，积极践行社会责任，将党的政治优势、组织优势转化为企业的竞争优势与发展优势，始终以高质量党建引领企业高质量发展，为服务国家大局、促进行业生态健康繁荣贡献力量。2025年，公司召开党支部会议2次，组织红色党建活动4次。

案例：红色主题党日活动

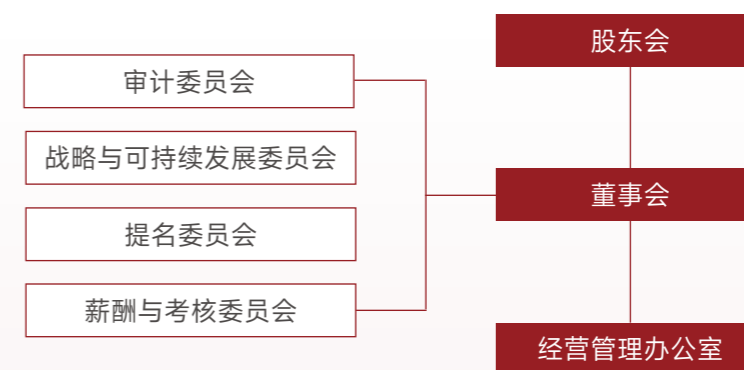
7月31日，公司党支部组织全体党员集中观看爱国主义题材影片《南京照相馆》，通过光影叙事重温峥嵘岁月，引导党员深刻感悟家国情怀与责任担当，进一步坚定了理想信念，增强了党支部的凝聚力与战斗力，为公司高质量发展注入红色动力。



红色主题党日活动

优化公司治理

华致酒行严格遵循《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)、《中华人民共和国证券法》(以下简称《证券法》)、《上市公司治理准则》以及《深圳证券交易所股票上市规则》(以下简称《上市规则》)等法律法规和中国证监会有关法律法规等的要求，结合本公司的具体情况，不断完善公司的法人治理结构，建立健全公司内部管理和控制制度，持续深入开展公司治理活动，促进了公司规范运作，提高了公司治理水平。



华致酒行组织架构图

股东会

股东会是公司的最高权力机构。报告期内，董事会严格按照《公司章程》和《股东会议事规则》等相关规定的要求召集、召开股东会。股东会的通知、召集、决议、表决方式及签署、信息披露均符合《公司法》《证券法》及中国证监会和深圳证券交易所的各项规定，公司充分保障股东依法行使权益，尊重中小股东权益，未发生损害中小股东权益的情况。

关键绩效		
报告期内	公司共召开股东会	已审议议案
	1次	13项

董事会

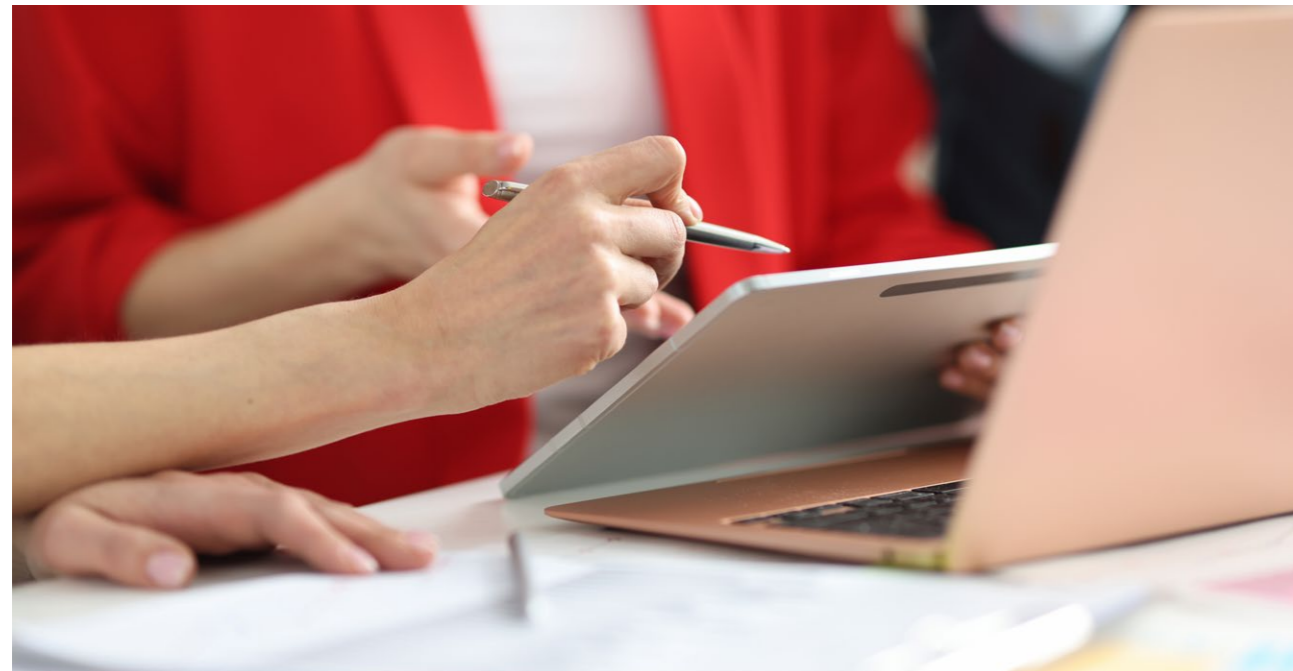
董事会是公司的决策机构，对股东会负责。公司董事会由9名董事组成。所有董事会会议严格按照相关法律法规、《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作规则》的要求开展工作，严格履行相关程序，并在会后及时进行了信息披露，确保透明度和合规性。

关键绩效

报告期内
公司共召开董事会
6次
已审议议案
36项

多元化与独立性

公司推进董事会成员多元化，在董事提名及董事选举过程中了解董事候选人的职业、学历、职称、工作经历及兼任情况等信息，选择来自不同背景及拥有多元视角的人士参与公司治理决策，为公司带来更全面、深入的视角和见解，提高公司的治理水平、适应性和创新能力，同时提高决策的质量和效果。截至2025年末，公司董事会的经验及行业背景配置均衡。公司董事拥有多元化的教育背景，以及不同的行业背景及专业资格。公司有3名独立董事，占董事会成员的33.33%。此外，公司董事会会有1名女性董事，女性董事占比11.11%，且董事的年龄范围广泛，从20多岁至60多岁不等。



董事会专门委员会

公司董事会下设战略与可持续发展委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和审计委员会四个专门委员会，各委员会职责明确，以保证董事会议事、决策的专业化和高效化。

2025年华致酒行董事会各专门委员会履职情况

战略与可持续发展委员会	<p>对公司长期发展战略、重大投资决策、ESG治理进行研究并向董事会提出建议。</p> <p>公司共召开战略与可持续发展委员会1次，已审议2项议案。</p>
提名委员会	<p>拟定公司董事、高级管理人员的选择标准和程序，对董事、高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核，并就相关事项向董事会提出建议，独董占比66.67%。</p> <p>公司共召开提名委员会2次，已审议5项议案。</p>
薪酬与考核委员会	<p>制定董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查公司董事、高级管理人员的薪酬决定机制、决策流程、支付与止付追索安排等薪酬政策与方案，独董占比66.67%。</p> <p>公司共召开薪酬与考核委员会1次，已审议3项议案。</p>
审计委员会	<p>由审计委员会行使监事会职权，负责审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制，独董占比66.67%。</p> <p>公司共召开审计委员会8次，已审议26项议案。</p>

高管薪酬

华致酒行坚持“按岗位价值付薪、按工作绩效付薪、按个人贡献付薪”的薪酬管理理念，持续优化完善薪酬管理体系。根据华致酒行《2025年度董事、高级管理人员薪酬方案》的规定，对于在本年度从公司领取报酬的董事及高管，根据年度绩效表现，经公司董事会及股东会审定确定其年度应付薪酬水平。公司注重当期业绩目标和长远发展目标相结合，生产经营业绩指标与环境、体系建设指标相配套，管理层浮动薪酬与个人绩效紧密挂钩。

董事薪酬方案

- 公司非独立董事按其在本公司所担任的管理职务或岗位，按照公司相关薪酬管理制度确定其薪酬并发放。公司全体非独立董事领取津贴6万元/年（税前）。
- 公司独立董事津贴为18万元/年（税前）。独立董事因出席公司董事会、股东会等按《公司法》《公司章程》相关规定行使其职责所需的合理差旅费由公司承担。

- 公司高级管理人员的薪资由基本薪酬及绩效薪酬组成，基本薪酬参考市场同类薪酬标准，结合考虑职务价值、责任态度、专业能力等因素确定，基本薪酬按月准时发放。绩效奖金结合月度和年度绩效考核结果等确定，年终由董事会薪酬与考核委员会考核评定后发放。薪资水平与其岗位贡献、承担责任、风险和 Company 整体经营业绩挂钩。

高级管理人员薪酬方案

管理层薪酬方案

- 2025年，公司管理层年薪的30%与其个人及团队的绩效达成相关，通过明确的绩效指标、科学的评估方法和有效的激励与惩罚措施，为管理层提供了强大的动力和压力，促进管理层更加积极地投身于公司的运营与发展中。
- 评估方式：KPI指标达成。具体指标如：公司/团队的经营业绩达成、精品酒销售完成、利润贡献完成、人才梯队建设、人力资源增值以及个人的团队管理能力等。
- 执行方式：管理层年薪的20%与其个人及团队的月度绩效达成相关；管理层年薪的10%与其个人及团队的年度绩效达成相关。

加强内控风险

内控体系

华致酒行秉持“管理讲制度、工作讲流程、办事讲原则”的管理理念，严格遵守《中华人民共和国审计法》《企业内部控制评价指引》《上市公司治理准则》等相关法律法规，搭建内部控制管理体系，结合公司实际运营状况，明确强调合规底线和监管红线，以防范核心业务和关键领域的潜在风险，从而通过制度化的规范管理来强化内部控制。

为确保公司的稳定发展和合规运营，审计部门与各职能部门紧密合作，围绕内控、风控和合规等主题开展专业培训。针对内部控制评价审计中发现的问题，公司积极督促各部门及各子公司及时修补制度漏洞，从而巩固整个企业及下属单位的内控和风控体系，为公司的持续健康发展及规范运营提供坚实保障。2025年，公司开展法律培训2次，累计培训时长2小时。

案例：法治护航，合规赋能

7月，为全面提升员工法律意识与合规操作能力，公司召开法务制度专题宣讲培训，围绕“防诈骗意识提升”“合同签署规范管理”及“防范职务侵占”等关键领域，进一步增强了识别风险、规范履职的能力，筑牢风险防控屏障，保障公司运营安全与员工职业安全。



法务专题培训

风险管理

为了加强公司的风险管控水平，提升对风险的发现、防范和处理能力，确保公司的安全稳健运行以及提高经营管理效率，华致酒行构建了全面的风险管理体系，制定《客户尽职调查与风险防范管理制度（试行）》，通过尽职调查、风险识别、评估、管理的全业务流程覆盖，实现风险防控关口前移，有效应对潜在风险，为公司高质量发展保驾护航。审计部作为公司风险管理的归口部门，积极组织公司各部门及下属企业开展风险识别与评估工作。

对于已识别的风险，公司积极开展重点领域的合规风险防控、评估与管理，并纳入到产品和服务开发全链条过程中。公司通过定量分析风险大小，划分风险等级，并采取分级管控措施，如发布有关指引、加强培训等。2025年，公司开展风险管理培训2次，累计培训时长2小时。

案例：风险专题培训

为深化合规管理，公司组织开展风险专题警示教育，围绕员工常见违规违纪场景与典型内外鬼行为案例，深入揭示了不当行为可能引发的法律风险、运营风险及信誉损失，强化全员合规意识，明确行为边界与纪律红线，切实保障公司资产安全与稳健经营。



风险专题培训

内控核查

华致酒行建立健全内部控制程序，制定《内部审计制度》，结合战略规划、发展现状，持续推进内控建设，完善风险控制点，以形成有效内部管控。公司持续优化内部控制管理机制，梳理和修订内部控制手册，根据新增业务及产品增加相应内部控制程序，通过新增或优化控制流程、目标和风险控制矩阵，增强内控制度执行力和有效性，形成事前防控、事中监控预警、事后评价优化的闭环管理体系，并建立长效内控监督机制。报告期内，公司聘请外部独立第三方专业机构对公司2025年度内部控制情况进行审计，并出具了标准无保留意见的内部控制审计报告。

案例：财税风险与规范操作专题培训

7月，华致酒行组织职能体系相关人员开展财税风险防控与规范操作专题培训。本次培训聚焦两大核心内容：一是针对省区自采产品业务，解析涉及的财税风险点与合规操作流程；二是结合集团巡视组对公司巡视整改意见中财务相关部分，进行专项传达与案例分享。此次培训增强了职能人员的财税合规意识与风险识别能力，为推动公司财务规范管理、筑牢内控防线提供了有效支撑。



财税风险与规范操作专题培训

深耕投关管理

信息披露

华致酒行重视信息披露的规范性和准确性，依据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规及监管要求，制定《信息披露管理办法》，确保信息披露的真实性、准确性、及时性，为投资者提供及时、有效的决策参考。

公司在报告期内严格履行信息披露义务，确保对所有投资者公平披露信息，未发生差别对待或泄露非公开信息的情况，未受到监管机构谴责或处罚。同时，公司遵守《内幕信息知情人登记管理制度》，做好信息保密工作，防止内幕交易，保护中小投资者权益。

关键绩效		
报告期内	公司对外披露定期报告	对外披露临时报告
	4份	91份

投资者沟通

华致酒行遵循合规性、平等性、主动性和诚实守信原则开展投资者关系管理活动，制定《投资者关系管理工作规范》，由公司董事会秘书及其领导的证券事务部作为投资者关系管理的具体实施机构，通过充分的信息披露加强公司与投资者之间的沟通，切实保护投资者特别是中小投资者合法权益，营造健康良好的市场生态。2025年，公司荣获“2024同花顺上市公司年度评选最佳投关奖”。

公司注重维护与各投资者的关系，积极建立与资本市场的有效沟通机制，通过召开业绩说明会、股东会、互动易、投资者热线与邮箱、公司官网、企业公众号、现场交流调研等线上线下多种方式加强与投资者的沟通互动，公司在官方网站开办了“投资者关系”专栏，设立“华致酒行投资者关系”小程序，多渠道及时刊登信息披露文件，回应投资者关切，保障各利益相关方的知情权，以便投资者了解公司的经营活动和未来发展趋势。

关键绩效

报告期内

公司举办了“2024年度投资者交流会”“2025年一季度线上分析师交流会”“2025年半年度投资者交流会”以及“2025年三季度线上分析师交流会”等交流会，参加了“2024年度投资者网上集体接待日活动”参会人数共计220余人；

公司通过多渠道回复投资者问题，接待投资者现场调研次数80次，接待投资者现场调研460人次，解答投资者问题数量1,000+次，在互动易与投资者互动次数48次；

举办投资者开放交流会次数6次，参加策略会及反路演36次，参与人数共计220余人；

接听投资者电话次数150次，通过邮件沟通/社交平台沟通次数152次。



年度投资者交流会

投资回报

华致酒行重视投资者的合理回报，实行积极的利润分配政策，同时在决策过程中，充分考虑独立董事和公众投资者的意见。公司结合自身发展阶段、发展目标、经营模式、盈利水平等实际情况，制定《未来三年(2024年-2026年)股东分红回报规划》，明确规定了分红原则、条件、比例以及相关的执行及决策机制，符合相关法律法规及《公司章程》的规定，维护全体股东，特别是中小股东的权益的合法权益。2025年，公司荣获金禧奖“优秀股东回报公司”称号。

▶ 践行商业道德

反商业贿赂及反贪污

反商业贿赂及反贪污是华致酒行商业道德管理中的重要议题之一。公司制定《反腐败反贿赂反舞弊与举报管理制度》《商业行为准则》等制度，评估运营中贪污受贿风险因素，明令禁止收受贿赂或回扣、非法使用公司资产，贪污、挪用、盗窃公司资产等行为，董事会作为决策层，统筹商业道德与反腐败战略方向、审议重大事项并承担最终监督责任；高级管理层作为管理层，牵头制定实施细则、统筹资源配置、推进体系建设；审计部门作为执行层，立足业务实际落实商业道德与反腐败举措、开展日常管控与信息报送，形成自上而下、权责清晰、协同高效的商业道德管控体系，执行包括受理并登记腐败、贿赂、舞弊、垄断等举报，组织相关案件调查，提出处理及责任追究意见等工作，保障公司的合规运营。2025年，公司未发生反贪污反腐败举报事件及商业贿赂相关诉讼案件。

在廉洁文化建设方面，公司定期为全体员工提供法务培训，内容涵盖反腐败、反贿赂、职务侵占等领域，确保员工能够提高对反腐败、反贿赂等行为的重视程度，规范自身日常行为，共同打造合规工作环境。2025年，公司向董事、管理层及员工组织廉洁培训2场，累计廉洁培训2小时，廉洁培训员工覆盖率100%，通过不断提高员工的商业道德理念和企业的道德水平，实现企业的可持续发展和社会的共同进步。

案例：党员廉政教育专题培训

为深化廉洁合规建设，筑牢企业发展基石，公司开展了党风廉政教育专题培训，培训聚焦廉洁从业制度、剖析典型案例及明确岗位风险点，进一步筑牢公司纪律意识和规矩意识，增强拒腐防变能力，推动形成风清气正、规范透明的经营环境。



党员廉政教育专题培训

关键绩效	
公反贪污反腐败举报事件 0 次	商业贿赂相关诉讼案件 0 件

举报机制

华致酒行倡导“人人反腐，全员监督”，建立畅通、及时、有效的沟通渠道及反馈机制，鼓励员工和社会各方举报违反商业行为准则的行为。为保障举报信息高效、规范、公正处理，公司设置专人专线受理举报信息并及时开展调查工作，在确认违规事实后，严肃处理投诉举报案件，必要时将移送司法机关依法处理。为保护举报人安全，公司设立举报人保护机制，接受匿名举报，在案件受理、登记、调查、保管等各个环节上一律严格保密，多措并举确保举报人信息及举报内容的安全性，有效防止其发生泄露或遗失风险。对违规泄露投诉、举报人信息或对投诉、举报人采取打击报复行动的人员，公司将视情节轻重给予警告、撤职乃至解除劳动合同的处分。

举报渠道

举报电话：010-56969909

举报邮箱：dongxinhao@vatsliquor.com

地址：北京市东城区白桥大街15号嘉禾国信大厦5层华致酒行审计部

反不正当竞争

华致酒行遵守经营所涉地的反垄断法、反不正当竞争法等与市场竞争相关的法律和法规，积极参与建立和维护公平、竞争有序的市场环境，预防和抵制垄断、滥用市场支配地位及各类不正当竞争行为。公司建立完善的反垄断合规管理机制，以《商业行为准则》《稽查部内部工作规范》等为制度支撑，董事会作为决策层，统筹反不正当竞争战略方向、审议重大事项及监督责任；高级管理层作为管理层，牵头制定实施细则，设立稽查管理部，深入一线下沉市场，将公司战略、合规理念及价格红线逐项传达至经销商与门店，消除市场对2024年前价格治理混乱的误解，维护价格秩序与市场稳定，保障公司与合作伙伴的合法权益。2025年，公司未发生不正当竞争事件。

公司声明严禁任何垄断市场与不公平竞争的事件发生，并建立反垄断与公平竞争风险评估与应对机制，通过制度建设、现场稽查与数据台账的联动运作，构建起以合规为核心、以事实为依据的管理闭环，为维护公平竞争、稳固市场秩序提供了坚实保障。

台账共管	周度跟踪	责任到人	督办问责
由稽查与财务建立统一的违约销售明细与回购共享数据台账，实现数据联动与证据留存。	每周更新各战区收货与回购进度表，动态掌握整改进程。	坚持线下取证原则，落实“谁收货谁负责”的回购整改责任制，确保问题闭环。	通过不定期的月度督办，强化战区整改落实与问责。

案例：筑牢价格合规防线，捍卫公平市场秩序

5月，为维护市场公平竞争秩序，公司持续深入业务一线，下沉至终端市场，面向门店及客户系统传达公司以合规为导向的战略方向与积极向上的价值理念，重点宣导公司设定的价格红线，明确价格纪律，并针对客户对2024年以前价格管理存在的认知偏差进行清晰解读与纠偏，致力于构建规范、透明、健康的营商环境，推动市场有序竞争。



筑牢价格合规防线，捍卫公平市场秩序

关键绩效		
2025年，公司深入业务一线，针对价格红线、门店经营等方面开展市场公平竞争培训	参与人数	培训总时长
10 次	160 人	50 小时

02

品质服务 锻造卓越品牌

我们的行动

- ▶ 可持续供应链
- ▶ 产品和服务安全与质量
- ▶ 品牌营销管理
- ▶ 创新驱动发展
- ▶ 数据安全保护



SDGs

9 产业、创新和基础设施 	12 负责任消费和生产 	17 促进目标实现的伙伴关系 
--	---	--

▶ 可持续供应链

治理

华致酒行始终坚守名酒保真供应链体系建设的核心原则，打造以服务为中心的供应链平台体系，建立《渠道供应商管理制度》《采购管理制度》等为主的制度矩阵，规定采购部为责任部门管理并执行供应链相关工作，建立长期稳定、可比较选择的合格酒水供应商队伍。经过多年发展，公司已成为国内实力较强、知名度较高的精品酒水营销和服务商，得到了市场的高度认可，公司及旗下公司是贵州茅台、宜宾五粮液等知名酒厂的长期重要合作伙伴，曾先后多次获得贵州茅台授予的“仪狄巨匠金奖”“优秀经销商”等荣誉，和宜宾五粮液授予的“六星级运营商”及“杰出品牌运营商”“特别贡献奖”等荣誉。

案例：华致酒行荣获汾酒“突出贡献奖”

12月2日，2025汾酒全球经销商大会在太原举行。作为汾酒长期合作伙伴，华致酒行凭借亮眼的产品营销表现、全渠道运营能力与深度协同价值，荣获“突出贡献奖”。



华致酒行荣获汾酒“突出贡献奖”

同时公司积极倡导平等对待中小企业，构建公平透明的合作环境。报告期内，公司按照规定在国家企业信用信息公示系统向社会公示逾期尚未支付中小企业款项信息，未产生中小企业款项逾期未支付。

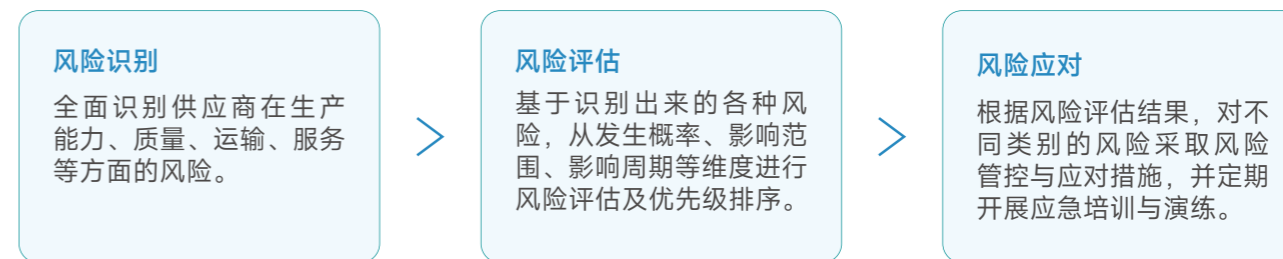
战略

华致酒行完善供应链中的风险和机遇的识别，并在供应商管理的全流程中落实风险管理措施，保证供应链的稳定性与连续性。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	发生概率	影响大小	影响周期	财务影响	应对措施
高库存管理风险	巨大的库存对仓储环境、物流管理及产品周转效率提出了极高要求，任何环节的疏漏都可能潜在地影响产品至消费者手中的最终状态。	中	大	中长期	运营成本增加	针对全国连锁门店和优质终端全面进行优化库存、促进动销，同步开启“保价护行”行动；同时供应链的数智化升级和全链路溯源，加固了产品在仓储物流环节的保障。
数智化供应链机遇	通过整合先进的信息技术，使企业供应链管理更加智能化和自动化，提升供应链透明度和效率，有效降低风险。	高	中	中长期	运营成本减少	建立《信息系统供应商管理规范》，明确资质备案、风险评估、数智管控等流程要求，规范供应链数智化管理。

影响、风险和机遇管理

华致酒行制定《供应链安全与风险管理制度》，面向国内外供应商围绕生产能力、质量、运输、服务等方面的风险评估，并进行风险等级划分，根据风险等级，采取不同的管控方法，从而有效规避供应链风险。



指标和目标

随着数智化战略升级工作的稳步推进，华致酒行在市场需求洞察、产品调研以及信息反馈等产品研发初期阶段的工作得到了有效优化。公司将持续发挥自身在精品酒水开发与营销方面的基础优势，进一步深化与上游酒企、酒商的合作，构建涵盖精品酒水全品类的产品体系，使公司产品线能够全方位覆盖不同渠道、地域、年龄、性别及消费偏好的消费者，充分满足酒类消费需求的多样化与个性化特点。

供应商管理

华致酒行制定《供应商准入制度》《供应商审核制度》，对供应商的开发、审核、管理和评价等环节进行系统化管理，通过每年评价督促其不断提升质量管理水平，建立长期稳定、可比较选择的合格酒水渠道供应商队伍，保证供应符合质量要求的产品。

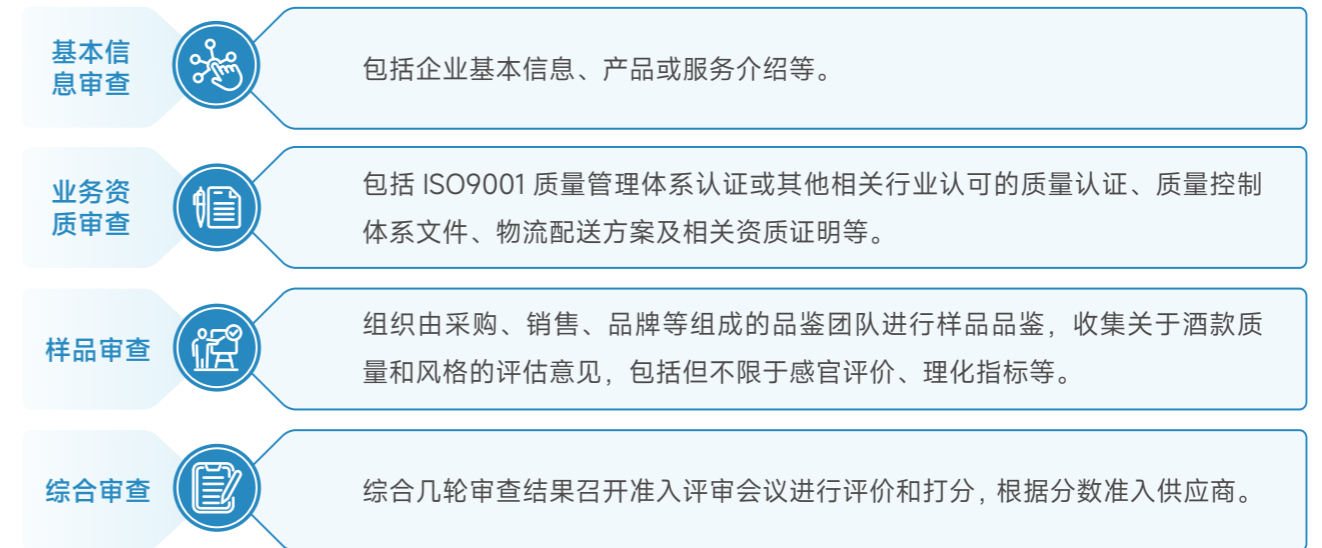
供应商尽职调查

公司通过参加国际葡萄酒展会、行业推荐、网络搜索、供应商自荐等多种渠道收集潜在供应商信息，围绕基本资质、产品保障能力、供应能力与稳定性及商业信誉与合作意愿等维度考察新供应商。



供应商准入

在供应商准入阶段，公司采购部门对供应商进行多轮审查，经研究评估合格的供应商列入《合格供应商清单》，不合格的记录不合格原因并备案备查。



供应商审核与退出

对于已建立合作关系的供应商，公司基于风险评估定期或不定期开展全面审核与评价，从合作态度、产品质量、验收整改三方面进行评分，围绕合作态度、产品质量、验收整改三方面进行评分。根据评分结果，供应商将被划分为 A、B、C、D 四个等级，并形成相应问题清单。公司会依据问题的严重程度与影响范围，提出具体整改建议并设定整改期限。若 D 级渠道供应商在收到整改通知后一年内未能配合完成整改，公司可取消其合作资格。供应商在限定期限内完成整改后，采购部门将组织审核小组进行复查，重点核验问题是否得到有效解决、整改措施是否落实到位。复查结果将纳入供应商后续合作评估体系，作为重要依据。对于整改不到位或问题反复出现的供应商，公司将视情况采取进一步管理措施，包括但不限于降低合作优先级、增加审核频次或解除合作关系。

供应商 ESG 管理

廉洁采购

华致酒行不断深化供应链诚信经营建设，通过反腐败和反舞弊机制，打造公正、公平且开放的商业合作平台。采购人员应自觉接受公司有关部门对采购活动的监督，不得收受回扣，不得徇私舞弊，若发生违反廉洁制度的行为，公司有权对相关人员进行处罚。同时，公司积极向供应商传达反腐败相关政策要求，并要求其填写《廉政责任书》，保证供应商已收到、阅读、理解并同意遵守相关要求，携手共创清廉合作氛围。作为上游酒厂的经销商，公司遵守上游酒厂的经销商管理办法，在履行合同过程中保持廉洁自律。2025 年，供应商《廉洁责任书》签署率 100%。

可持续供应链

公司作为一家在酒水流通领域占据重要地位的经销商，始终秉持着高度的责任感与前瞻性，编制《供应商行为准则》，将 ESG 纳入供应商风险审核体系中，积极探索与上游酒厂的可持续合作模式，致力于在实现商业价值的同时，为社会与环境的可持续发展贡献力量。在与酒厂达成可持续合作方面，公司积极与酒厂沟通交流，参与各项培训，了解行业动态。同时，在葡萄酒的采购过程中，公司优先考虑通过有机认证、生物动力认证或采用可持续发展模式的酒庄，例如通过 BCORP 认证的拉菲罗斯柴尔德男爵酒业公司，考量内容包含但不限于葡萄园间和酿酒车间的管理碳排放、生物多样性的保持、能源使用和消费、可再生能源使用、废弃物管理等。公司与理念相近的酒庄携手合作，实现经济效益与环境效益的和谐统一。公司始终坚持负责任采购原则，对供应链实施严格的道德管控。我们明确要求所有供应商确保材料来源合法合规，杜绝使用任何与冲突及人权侵害相关的矿产资源。通过持续的供应商审查与尽职调查机制，我们致力于构建透明、合规、可持续的供应链体系，与合作伙伴共同促进行业健康发展。

供应商行为准则



人权与劳工

供应商须在用工过程中无强迫劳动、使用童工、歧视与骚扰等违规行为，保障员工的健康与安全，不得干涉、阻挠或禁止员工加入或退出工会或类似代表机构。



环境保护

供应商在业务经营过程中，需要最大程度进行环境保护。在现有的基础上开展温室气体排放和能源消耗管理、废弃物管理、污染防治，采取有效措施提升资源使用效率，并有意识地开展生物多样性保护工作、森林保护与土地保护。



商业行为

供应商应恪守商业道德，坚持诚信、公平、公开的采购原则，严格保守商业秘密，并建立完善的安全运营体系。

案例：华致酒行荣获证券之星 ESG 供应链影响力奖

证券之星第三届 ESG 新标杆企业评选结果揭晓，华致酒行凭借在环境、社会和治理 (ESG) 领域的卓越实践，荣获“供应链影响力奖”，以表彰在环境（如低碳减排、绿色供应链）、社会（如乡村振兴、公益慈善）及公司治理（如合规管理、风险防控）三大维度实现卓越实践，推动经济效能与社会责任深度融合的企业。



华致酒行荣获证券之星 ESG 供应链影响力奖

案例：玉泉名旦，国韵天香

9月21日，华致酒行携手玉泉酒业，举办“玉泉名旦，国韵天香”新品发布会，既是深化可持续供应商合作的实践，也是双方行业创新融合的里程碑。公司与玉泉酒业携手推出新品，融合四出经典戏曲，践行“文化可持续”，实现传统文化与酒文化结合。发布会特邀专业演员演绎京剧选段，国粹与酒文化交融获认可；四款新品亮相，依托双方绿色工艺与品质管控，引发关注。



玉泉名旦，国韵天香

▶ 产品和服务安全与质量

华致酒行从成立之初就与国内外知名酒企建立起稳定合作，实现全线产品源头采购，保证消费者购买到的每一瓶酒都是真品。华致酒行与茅台、五粮液汾酒、古井贡、习酒、泸州老窖、酒鬼酒、钓鱼台、荷花等知名酒企始终保持友好战略合作关系，并荣誉代理罗曼尼康帝、拉菲、奔富、拉图、玛歌、奥比昂、木桐、白马、轻井泽、响牌、山崎、白州、波摩、雅文邑、路易十三、轩尼诗、蓝带马爹利等世界名酒。同时华致酒行与市场主流 KA 卖场建立了长期稳定的合作友谊。

治理

自成立以来，华致酒行始终专注于为消费者供应优质且保真的中高端酒类产品。公司与众多知名酒企携手合作，成功开发并独家经销了“贵州茅台酒（金）”“荷花酒”“钓鱼台精品酒（铁盖）”“古井贡酒1818”“虎头汾酒”“习酒·窖藏1988（疏金）”“金酒鬼”“金内参”“赖高淮作品1989”等一系列优质畅销酒品。公司建立了科学、严谨的质量管理体系，覆盖从产品源头采购、物流仓储与运输，到产品门店供应与售后服务等各个环节，实现对每一环节的精准把控，确保每一位消费者都能享受到始终如一的卓越产品体验。截至目前，凭借优质产品及服务，公司荣获“全国产品和服务质量诚信承诺企业”“全国质量诚信先进企业”“全国酒品连锁销售行业质量领先品牌”“全国质量检验稳定合格产品”“全国产品和服务质量诚信示范企业”等多项权威认证。



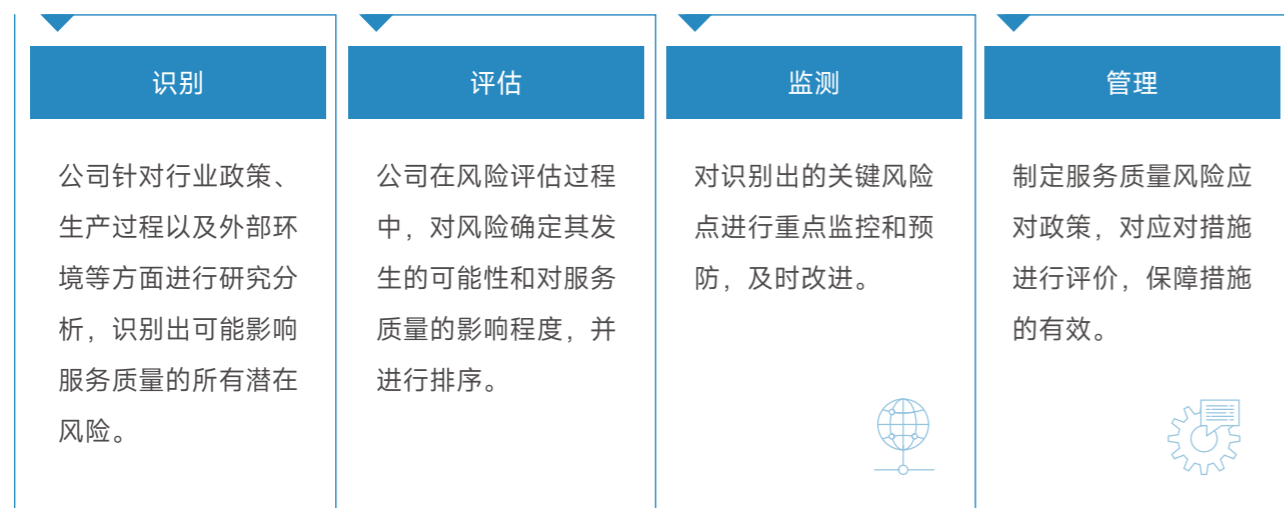
战略

华致酒行综合考量相关法律法规、内外部影响因素、利益相关方的需求和期望，精准识别出需要应对的风险与机遇，并采取及时且有针对性的措施。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	发生概率	影响大小	影响周期	财务影响	应对措施
消费格局变迁风险	随着消费人群变化、渠道内卷加剧、电商新业态冲击等多重因素影响，酒类连锁行业正经历深刻重构。	中	大	长期	运营成本增加	公司从传统的“渠道思维”升级为“用户思维”，并推动门店从“华致酒库”向开启大店+高端+精品的门店3.0模式升级，以更精准地对接市场需求，提升品牌高度。
全渠道服务体验风险	布局即时零售是行业大势所趋，但落地效果仍存差距，存在价格竞争力不足、售后服务不及时等风险。	中	中	中期	运营成本增加	以“华致优选”业态整合线上线下，通过技术赋能提升履约效率，并依托其供应链和保真体系打造差异化优势。
转型机遇	新消费时代下，酒类连锁企业的竞争已从单一的产品组合，升级为覆盖“产品+服务”的综合价值体系竞争。企业不仅需打造个性化、多元化、高性价比的产品矩阵，更需紧扣“综合性价比”核心诉求，为客户整合功能价值、体验价值与情感价值，构筑难以替代的全面竞争优势。	中	中	中长期	运营成本减少	公司致力于打造“潮的华致”，推出荷花“荷塘悦色”系列，主打高性价比以拓展宴席渠道；同时布局自有产品研发和个性化小微定制业务。
	酒类连锁需要通过增强电商思维，掌握电商手段，进行线上线下深度融合。特别是要依托实体门店，借助本地生活的流量红利，积极开展线上引流、直播带货、即时零售的探索，同时构建连锁私域营销体系，让线上为线下赋能。	大	中	长期	运营成本减少	推出“华致优选”即时零售连锁门店，依托“前置仓+即时配送”模式，与美团、京东等平台合作。

影响、风险和机遇管理

华致酒行高度重视质量风险管控，通过定期开展质量风险识别和评估，及时发现潜在的质量风险，并采取有效的预防措施。



指标和目标

在行业发展的新周期下，华致酒行将充分整合渠道、产品、人员及营销等方面的资源优势，有规划、有步骤地加大对精品酒的营销投入，明确各款精品酒的产品定位，凸显其独特优势，积极开展圈层营销以及举办“品鉴会”，全力激发公司精品酒在市场需求端的潜在能量，构建以自有品牌荷花与赖高淮为代表的“一超多强”的精品酒矩阵，在满足消费者对高品质酒类需求的同时，以较高的盈利能力赋能门店的发展。

目标	2025 年达成情况	2026 年达成情况
不发生任何重大质量安全事故	已达成	进行中
不发生大规模质量安全投诉	已达成	进行中

提升产品质量

华致酒行建立产品质量管理体系，加强产品质量管理，通过董事会统筹产品质量战略把控，高级管理层监督产品质量考核，各个业务部门负责产品质量落地的三层管控架构。建立产品全生命周期质量管理，全面把控从源头到终端的每一个生产环节，确保产品质量与安全，巩固公司产品的市场地位和品牌形象。



▶ 品牌营销管理

品牌建设

华致酒行坚持“保真”理念不动摇，通过近20年保真坚守，形成了B端信赖、C端青睐的“金字招牌”，让客户切实感受到品牌价值独特性与未来成长优势。截至目前，华致酒行连续十六年入选“中国500最具价值品牌”，品牌价值稳步提升。

2025年，公司持续强化“保真”核心品牌标签，以品牌赋能终端经营，形成“品牌积淀-门店盈利-版图拓展”的正向循环。

品牌管理

华致依托全国布局的终端连锁门店体系，凭借丰富的产品品类与严格保真的品质保障，持续传递“上市公司卖名酒，买名酒来华致”的品牌主张。同时通过多元化媒体投放与传播，不断输出品牌价值，强化市场认知与品牌影响力。

品牌推广

通过举办全国性的财富交流会、产品品鉴会等活动，深化与经销商、消费者的互动，在2025年福建站财富交流会现场引发广泛共鸣，众多经销商签约加盟，印证了品牌吸引力；同时依托华致金席等特色IP活动，传递酒文化，提升品牌文化内涵。

品牌赋能

为加盟门店提供全周期、全类目服务支持，包括供应链共享、团队专业赋能、全平台即时零售对接、智慧系统管理等，助力门店提升经营效率与盈利能力，进一步夯实“深受消费者信赖的中国保真酒类连锁品牌”定位。

品牌营销

积极承担世界酒文化使者的角色，携手国际名庄与酿酒大师，将跨越地域的珍稀佳酿与其背后的风土故事、技艺传承带给中国消费者，持续丰富国人的品鉴视野；通过举办精品酒品鉴会与客群专属活动，建立深度沟通与信任的桥梁。

案例：华致酒行获“酒类零售连锁行业十年特别贡献企业”等重磅荣誉

6月28日，在第五届酒类零售连锁高质量发展大会上，中国酒类流通龙头企业华致酒行凭借其卓越表现，一举包揽“酒类零售连锁行业十年（2015-2025）特别贡献企业”和“酒类零售连锁行业十年（2015-2025）领军品牌”两项荣誉。华致酒行创始人、董事长吴向东同时获颁“酒类零售连锁行业十年（2015-2025）功勋人物”称号，成为本届大会备受瞩目的行业典范。



华致酒行获“酒类零售连锁行业十年特别贡献企业”等重磅荣誉

营销创新

作为精品酒水营销和服务商，华致酒行构建了包括品牌连锁门店、零售网点、KA卖场、团购、电商在内“毛细血管式”的全渠道网络，各渠道间形成了优势互补、相互渗透、相互促进的良性关系。2025年，华致酒行敏锐把握趋势，定调打造“新零售保真连锁品牌+酒类供应链服务平台”，聚焦“店内+店外”双中心、“线下+线上”相协同、“产品+服务”强赋能的新零售模式，推进以连锁门店为重心的营销网络体系建设，“华致酒行+华致名酒库+华致优选”三大门店业态形成强大协同效应，共同驱动市场拓展。

华致“3.0 门店”

创新性融合“名酒+高档餐饮+文娱生态”多元元素，为消费者构建起集品鉴、社交、体验于一体的高端一站式空间，深度匹配中高端客群的品质化、多元化消费需求。

华致名酒库

主打保真精品零售，作为新零售共享平台聚焦下沉市场，并依托本地化运营模式，为地级市及县城消费者提供高品质、规范化的酒类产品与服务。

华致优选

以轻量化运行降低准入门槛，依托自有华致优选零售平台，与美团、京东、淘宝、抖音等平台达成合作，将连锁门店转换为前置仓+体验场，实现最快15分钟送达，精准满足中高端客群的即时性、高品质购酒需求。

门店经营

华致酒行为中国酒水流通行业进行了一场深刻的“连锁化思维”启蒙，通过建立品牌、供应链、管理和服务的标准化体系，有效打破了传统酒商依赖个人资源的经营桎梏，引领从业者从“坐商”向“行商”、从单店思维向体系化运营思维转换。公司通过输出成熟的商业模式与全方位的运营支持，使更多创业者能够以更低的试错成本、更高的起点进入赛道。同时公司持续构建的系统化培训体系，赋能加盟商，为整个行业输出了专业的运营人才、先进的零售理念与规范的服务标准，驱动酒水零售行业向专业化、品牌化与健康化的方向升级，对促进行业整体服务水准与良性发展产生了深远影响。

高链接

公司重视客户资产的链接和价值挖掘，推出“华致名酒库财富私享会”和“华致优选财富私享沙龙”等系列活动，依托“强品牌”建立市场信任，以名酒保真的“强产品”矩阵满足全场景需求，通过“强营销”方案和“强团队”支持，将客户资源转化为可运营的资产，并以即时零售、定制酒等“新增量”拓展消费场景。



华致优选财富私享沙龙-长沙站



华致优选财富私享沙龙-郴州站



华致优选财富私享沙龙-苏湘两省



华致名酒库财富私享会-深圳站



华致名酒库财富私享会-上海站





华致名酒库财富私享会-湖北站



深体验

公司深挖市场潜力，截至报告期末，已建立起覆盖全国的连锁终端门店营销网络，覆盖省会城市、地级市、百强县及经济强镇。全国各加盟门店将华致酒行统一的品质承诺与美学标准，与当地的人文风情、消费习惯巧妙融合，打造出“千店千面”的特色体验场景。



西安华致门店



成都华致门店



上海华致门店

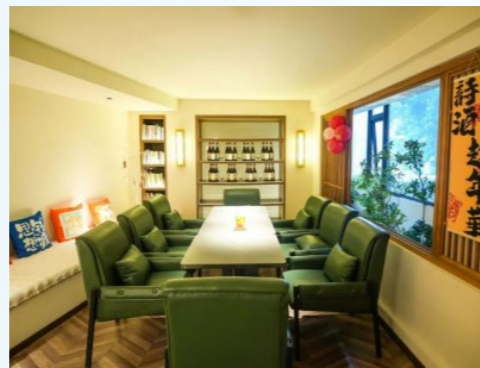


强赋能

公司持续构建的系统化培训体系，赋能加盟商，为整个行业输出了专业的运营人才、先进的零售理念与规范的服务标准，驱动酒水零售行业向专业化、品牌化与健康化的方向升级，对促进行业整体服务水准与良性发展产生了深远影响。2025年，公司在全国各区开展门店赋能培训 800 余场。



福建华致门店



连锁门店赋能培训



客户服务

华致酒行始终坚持以客户为中心，致力于成为客户最值得信赖的合作伙伴，制定《华致酒行违约销售管理规范》，董事会统筹整体战略，高级管理人员负责监督与把控客户服务执行情况，客服中心为归口部门，统筹客户服务管理工作。在与消费者沟通方面，公司搭建了400客服热线(400-999-1-999)、小程序在线客服、电商旗舰店在线客服等多种渠道，针对客户的售前售后咨询、问题反馈、订单服务客诉等专人跟进处理，实时解答。在门店管理方面，公司设立稽查部负责监督门店经营，针对受理团队执行力差、市场违规等问题向客户推广投诉热线。

为提升客户服务质量，公司加强客户服务人员的日常管理与培训，确保为客户提供专业的技术支持；同时公司制定考核机制，将售后服务情况纳入到绩效考核标准中。2025年，公司开展客户服务管理培训24场，累计培训时长24小时。

案例：“新营销·新增长”专题培训

12月，公司以“新营销·新增长”为主题，聚焦连锁门店运营、营销能力提升及客户服务，面向浙江区域的门店店长及核心员工开展培训。培训现场讲师围绕门店获客、用户运营、业绩增长等核心痛点，结合行业趋势与实战案例进行深度拆解，帮助学员掌握新环境下的营销方法与服务策略。

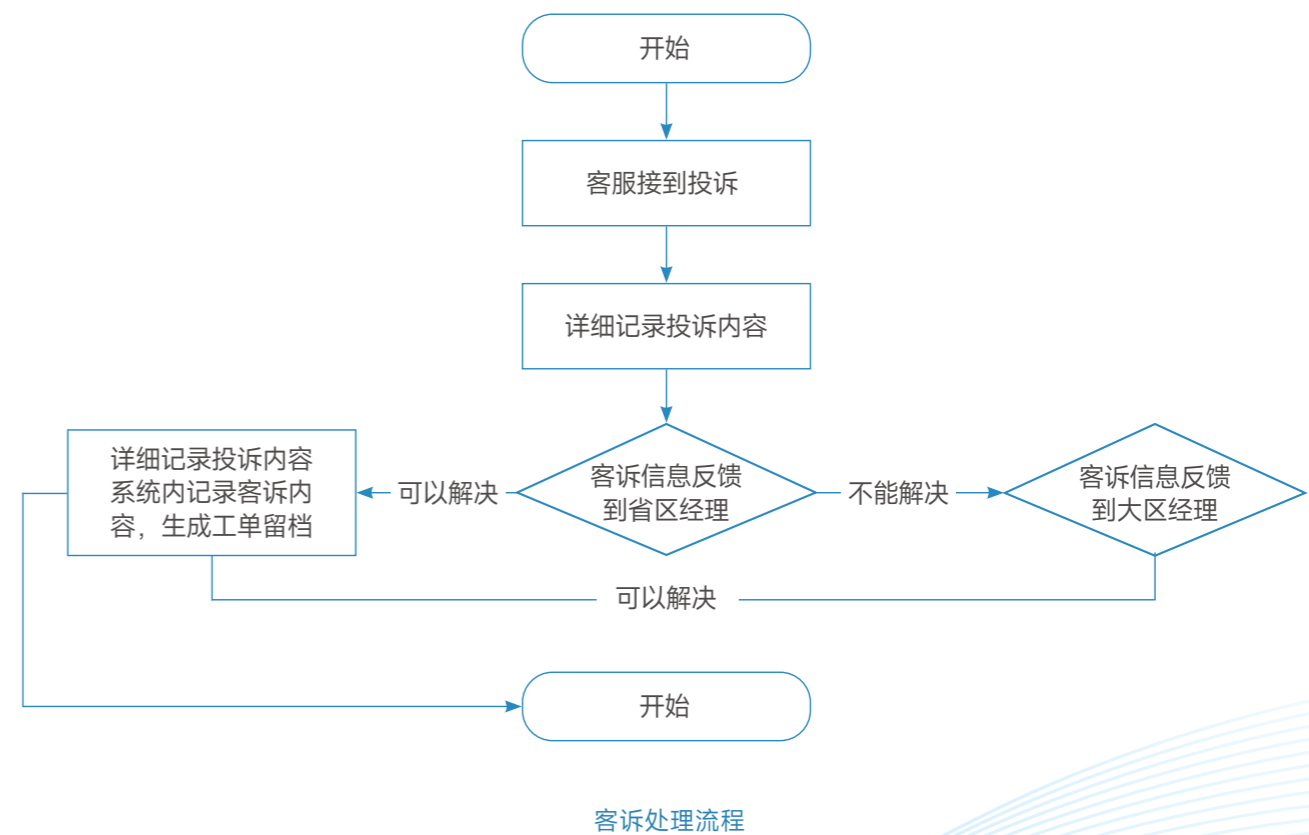


“新营销·新增长”专题培训

客户投诉处理

为更好地服务客户，提升客户满意度，公司下发《关于省区客诉处理流程方案》，优化客诉处理流程，建立客诉台账，规定客诉处理时效，涉及C端客诉需在24小时内有跟进处理结果；涉及B端客诉需在72小时内有跟进处理结果，确保客户的咨询、建议、反馈和客诉等内容得到及时回复和处理。

沟通问题反馈	处理及改善方式
<ul style="list-style-type: none"> 价格问题 服务体验问题 	<ul style="list-style-type: none"> 组建专业电商稽查团队，内部协调分工分产品线治理线上低价链接； 全程督办及考核第三方控价公司处理质量及效率，不定期复盘施压； 针对“双十一”、国庆、中秋等节段，加大对线上平台现时优惠监测，轮值监测等机制。 记录客户需求，及时反馈省区经理及涉及部门负责人进行处理，直至客户满意。



关键绩效		
指标	单位	2025年
客户投诉数量	次	75
客户投诉解决数量	件	75
客户投诉解决率	%	100
客户投诉响应专项培训人次	人次	120
客户投诉响应专项培训总时长	小时	24
客户投诉响应专项培训次数	次	24
应对客户投诉响应考核通过率	%	100

客户满意度

客户满意度是衡量公司产品和服务质量的重要指标，是公司在激烈的市场竞争中保持领先地位的关键。公司通过不断优化产品和服务质量，关注客户体验，建立有效的客户反馈机制等，通过客户回访等方式从客户期望、客户满意度、客户抱怨等多个方面进行客户满意度调查，并对客户提出的问题制定针对性的解决方案。报告期内，公司开展客户满意度调查，1,052 位客户参与。

责任营销

华致酒行始终将“负责任营销”视为企业经营的基石与品牌承诺，严格遵守《中华人民共和国广告法》《广告管理条例》等法律法规，将理性、适度、健康的饮酒文化深植于从产品到服务的全链条之中。

责任营销：

产品呈现	品牌传播	文化宣传
所有产品纸箱及外壳的显著位置标注“过度饮酒有害健康”“孕妇和儿童不宜饮酒”“酒后请勿驾车”等警示用语。	公司官方公众号、线上商城及宣传物料均明确展示“请勿向未成年人发送酒类信息”，以实际行动筑牢保护未成年人的防线。	将理性饮酒的内涵融入品牌故事与品鉴体验中，倡导“品鉴而非豪饮”的鉴赏文化。

保真严选酒品

公司始终坚持以“保真”作为自己的立身之本，制定了源头管控、信息技术管理、消费者监督的保真制度，涵盖了产品采购、仓储管理、物流配送、门店销售以及客户反馈等多个方面，确保在每一个环节都能严格把控产品的真伪。2025 年，所有门店均响应并签署了《华致加盟门店保真经营承诺书》，并将相关规定在门店内公示。

- 坚持源头采购，选择合格供应商与厂商安全交接，坚持优先向厂商直接采购，公司专人负责产品交接入库及验收工作。

建立酒类运输销售环节追溯体系：

- 物流码信息系统；
- 防伪箱标；
- 贵重物品运营管理服务平台。

- 所有产品纳入防伪查询系统；
- 派专人参与酒商打假；
- 开通官方400热线处理客诉问题；
- 重视消费者防假意识教育。

案例：坚守保真、极致服务 共筑满意消费

3月，在中国质量检验协会举办的2025年度“3·15”产品和服务质量诚信承诺主题活动中，华致酒行凭借出色的产品品质与专业服务，再次入选“全国产品和服务质量诚信承诺企业”。



“全国产品和服务质量诚信承诺企业”认证

数字化赋能防伪溯源

公司依靠物流码信息系统、防伪标系统、防伪箱标、贵重物品运营管理服务平台建立产品运输中的追溯体系。公司利用信息技术，对产品从采购、仓储到物流配送的全过程进行跟踪管理，实现产品的全程可追溯。

- 物流信息系统**
 - 主要酒类产品在出厂前，会对每瓶（箱）产品均加贴单独的物流码。
 - 通过扫描产品的物流码，可追踪每瓶（箱）产品的流向信息。
- 防伪标识系统**
 - 公司主要酒类贴有特殊材料防伪标，带有数字加密认证防伪涂层。
 - 物流码信息系统中，物流码与防伪标内含的加密数字一一对应。
- 防伪箱标**
 - 公司销售的酒类产品的箱密封处均贴有无法重复使用的防伪箱标。
 - 运输、流通过程中，如防伪箱标出现破损情形收货拒绝收货，并报告公司相关部门进行查处。
- 贵重物品运输平台**
 - 针对部分客户的酒品需求具有数量少、频率高、单瓶价值大的特点。
 - 全程记录贵重酒品的入库、质检、储存、出库等环节的信息。

三级鉴真体系

公司建立全国最大的老酒鉴定中心，配置专业鉴定仪器与优秀的酒水鉴定团队，独创了三级鉴真模式，每一瓶酒均需要经鉴定专员、鉴定师、资深鉴定专家层层筛选后方能入库。同时，公司高度重视鉴定人员的专业能力，定期对鉴定人员进行培训。通过培训加强鉴定人员对公司销售产品的深入了解，包括酒类品牌的历史背景、品鉴技巧等。公司还创建了全国最大的老酒/名酒鉴定、收藏、体验服务平台，华致酒行老酒收藏馆和名酒鉴定中心，总投资超10亿元，建筑面积10,000余平米，馆内藏品丰富，有各式茅台、老茅台、十七大老酒和五十三名优老酒等精品。

明令禁假

公司按照《关于门店经营管理的相关规定》，要求门店严格遵守公司政策，不得采购、陈列、存储或销售任何未经授权、认可或鉴定的商品，确保所有销售的商品都经过严格筛选与认证。公司派遣巡店员进行定期的常规检查、不定期的“飞行检查”，对于任何拒绝接受或故意拖延检查的门店，采取摘牌处理。消费者在任一门店购买到假货，公司会立即启动先行赔付机制，确保消费者的权益不受损害。公司还与所有加盟门店签署质量保障协议（《3.23新规》），并随时派出督查人员，做好门店产品的盘点和检查，严格限制非正规渠道产品的出现，从零售终端再次为消费者把好关。

面对当前市场上假酒（包括打孔、拔头等高科技造假手段）泛滥的严峻形势，公司对自身的采购流程进行了全面升级，也对合作伙伴提出建议，确保能从源头上切断假酒的流通渠道，保障消费者的合法权益。

- 梳理进货渠道：**仅向信誉良好、货源清晰的可靠商家采购，避免不明来源的货物，防止假货流入。
- 收货时检查单据，建立产品档案，**确保可追溯。
- 提升质检能力，**预防假货。

创新驱动发展

研发创新

华致酒行制定《产品研发管理制度》《创新与研发的风险管理方法与流程》，产品研发部负责新产品开发相关工作，开展酒类包装设计 & 研发过程中各类风险的识别、评估、监测与管控。公司始终坚持从社会需求、市场占有率、技术现状、发展趋势及资源效益等多个维度，对产品可行性进行深入论证，确保每一项创新都兼具市场价值与可持续性。同时，公司建立新产品相关奖惩机制，设立优秀新产品开发奖，对评选出的优秀新产品和在新产品开发工作中做出显著成绩的人员给予奖励。



关键绩效

报告期内 公司研发投入共计 **1,061.45** 万元 占营业收入的 **0.18** %

研发团队

华致酒行拥有一支高素质的研发团队，截至报告期末，公司研发人员共计29人，占员工总人数2.96%，其中本科及以上学历占比62.07%，40岁以下人数占比86.21%，呈现年轻化、专业化的特征，给公司带来了更多热情与开拓创新思维，为公司高质量快速发展注入新活力。

按学历划分	人数 (人)
本科	17
硕士	1
按年龄划分	人数 (人)
30岁以下	9
30-40岁	16

产品开发

华致酒行与国内外知名酿酒企业及大型酒类流通商建立了长期、稳定的合作关系，公司现经营国内外精品白酒、葡萄酒、进口烈性酒等产品近4,000种。精品酒水全品类产品体系，使公司的产品线能够实现对不同地域、不同年龄、不同类型、不同消费偏好的消费者的全面覆盖，满足酒类消费需求的多样化与个性化；同时降低了公司对单一类型产品的依赖，有力分散细分市场波动带来的风险，降低了强势酒企对流通渠道的控制力，增强了公司在市场的话语权及抗风险能力。

公司深化与头部名酒企业的战略合作，以协同研发为核心，深度参与酒体风味研判、口感精准调校与美学包装创制，合作推出金茅台、金习酒、金酒鬼、金内参、金荷花等金字系列，以及与奔富、皮龙等进口酒联合开发的礼赞系列、生肖系列等精品酒，以品质创新赋能品牌价值升级。



金茅台



赖高淮1989



奔富双支马年礼盒



丹溪黄酒



荷花·万荷



玉泉名旦



皮龙马年生肖系列



行业发展

华致酒行作为第一家酒类流通上市企业，针对当前酒类零售的转型痛点，提出新零售模式，通过“产品+服务、线下+线上、店内+店外”的全维升级，为合作伙伴提供可落地、可复制的转型方案：

- 以名酒产品为核心，叠加专业品鉴、定制化采购等增值服务，提升客户黏性；
- 打通线下门店体验与线上下单渠道，实现流量互通与销量增长；
- 突破门店物理局限，拓展企业团购、婚宴用酒等店外场景，挖掘增量市场。

案例：发挥头部引领作用

10月16日，百城万店金秋美酒消费季成果发布会暨中国酒类流通协会30周年联名款（第一批）首发仪式在南京隆重启幕。作为“百城万店金秋美酒消费季”联合主办单位、重要践行力量，华致酒行荣膺优秀组织单位，与行业同仁共话发展。



华致酒行获“百城万店金秋美酒消费季”荣誉表彰

数字华致

作为酒类流通行业的关键一环，华致紧密链接众多烟酒终端。过去一年，华致在数字化营销、供应链平台搭建、产品培育等关键方面持续发力，与数万家终端网点建立深度长效的合作关系，增强客户黏性，筑牢品牌护城河，实现互利共赢的可持续发展。

供应链信息化

信息部搭建采购中台 ERP 系统，涵盖采购、物流仓储和销售等环节，通过信息集成，实现了业务流程的自动化和信息的实时共享，极大地提升了公司的采购效率和响应速度。

运营信息化

华致酒行在门店、库存、销售等环节的精细化管理中，充分利用数字化手段，通过构建智慧零售平台，实现了线上线下无缝融合。消费者可以通过线上平台浏览、选购商品，并享受线下门店的提货、品鉴等服务；通过数字化手段实现门店运营的标准化，利用数字化工具对门店运营进行监督和评估，确保门店运营质量；通过采用智能库存管理系统，实现库存的实时监控和预警。

市场分析信息化

华致酒行充分利用大数据和人工智能技术，对市场数据进行深度挖掘和分析，分析消费者行为数据、购买历史、社交媒体反馈等多维度信息，精准把握市场动态和消费趋势，预测未来一段时间内的市场需求变化。

基于大数据和人工智能技术的市场分析，制定更加精准的营销策略，优化库存管理策略，减少库存积压和缺货现象，提高库存周转率和资金利用率。

知识产权保护

华致酒行构建《专利管理制度》《软件管理制度》《商标管理制度》《知识产权管理手册》等知识产权保护制度矩阵，法务部作为知识产权归口管理部门，规范知识产权申请、维护、管理、奖励以及保密等各方面的内部控制程序。公司鼓励员工利用职务知识创作知识产权，根据不同的情况给予精神和物质奖励，并保护其创作者的署名权。



知识产权管理体系

尊重他人知识产权

- 专利、商标等知识产权申请前自行或委托第三方专业机构进行检索；
- 在公司生产运营中，严格审查产权权属证明，建立知识产权信息收集渠道，定期汇集、评估涉及知识产权的信息，规避侵权风险；
- 提升知识产权风险防范能力，及时发现和监控知识产权侵权风险，制定有效的风险规避方案；
- 制定应急预案，实施产品替代，力求以最短时间、最小市场影响、最低成本，对涉嫌侵权产品进行更新替代。

保护自主知识产权

- 建立知识产权目录清单，完善分类管理台账，分类分级贮存、管理、保护和维护知识产权文件和资料；
- 建立完善的信息安全及技术秘密保护管理体系，划定保护区域，在与关键岗位员工签订的劳动合同中对技术秘密进行了严格约定，报告期内，公司保密协议签署率为 100%；
- 加强对员工的保密教育，充分利用会议、培训、教育等形式，大力宣传商业秘密保护的意义、作用，增强全员的保密意识。2025 年，公司组织开展知识产权培训 3 场，累计培训时长 3 小时。

案例：知识产权培训

5月，公司组织研发团队开展了知识产权专项培训，通过讲解知识产权的申请、保护与管理实务，强化员工风险防范意识，提升创新成果转化能力。



关键绩效		
2025 年，公司专利申请 4 项		
	单位	截至 2025 年
授权外观设计专利累计数	项	55
软件著作权累计数	项	20
商标累计数	项	985

▶ 数据安全保护

治理

华致酒行制定《信息系统数据资产安全管理制度》《设备安全管理制度》等制度，董事会把控战略大方向，高级管理人员负责监督与考核信息安全与隐私保护管理工作，由信息部作为数据安全主管部门，设置安全管理员，负责设备及网络维护管理，以健全的体系建设及严格的制度执行，守护企业信息与客户隐私安全。同时公司将信息安全与隐私管理工作完成情况作为绩效考核标准之一，确保信息安全工作贯穿于公司运营的各个环节。报告期内，公司未发生数据安全及客户隐私泄露事件。



战略

华致酒行在策划建立信息技术服务和信息安全的管理体系时，综合考虑内外部环境、法律法规和各方要求，识别和确定需要应对的风险和机遇并形成表格，确定改进措施。

风险 / 机遇类型	风险 / 机遇描述	发生概率	影响大小	影响周期	财务影响	应对措施
数据泄露风险	自然灾害如台风、暴雨等导致服务器、网络设备等运行中断。	中	大	短期	运营成本增加	立即执行灾难恢复预案，依托备份系统无缝切换业务，同步推进系统重建与数据恢复。
	重要信息系统遭到黑客攻击或计算机破坏信息系统。	小	大	短中期	运营成本增加	溯源分析锁定攻击来源与方式，隔离受影响设备、切断异常网络连接，跟踪并锁定破坏的来源和其他网络用户信息，修复与加固系统，确保业务环境恢复稳定运行。
全域数据洞察机遇	在安全合规的前提下，对B端（加盟商、终端）和C端（消费者）的数据进行融合分析，能更精准地洞察区域消费趋势，反向赋能上游选品和下游营销。	中	大	中长期	运营成本降低	依托“一瓶一码”溯源体系与数据中台，融合B、C两端数据，驱动智能选品与精准营销，反向赋能产业链。

影响、风险和机遇管理

为防范与控制数据安全风险，华致酒行搭建了完善的数据安全风险管理体系，涵盖了风险识别、评估、应对及持续监控等多个关键环节，公司能够及时发现并应对潜在的数据安全威胁，确保数据安全与合规。

管理流程	管理措施
风险识别	全面识别技术漏洞、资产机密性与完整性等方面的潜在风险，2025年公司安全漏洞扫描修复100%，全方位掌握安全态势。
风险评估与分级	根据信息安全事件造成的后果和影响的严重程度，分级管理信息安全风险。
风险跟踪与应对	对已合作的供应商，开展年度风险跟踪工作。
风险应急管理	制定《信息系统灾难恢复应急预案》，成立灾难应急管理小组，完善应急处理机制并定期开展演练，增强公司抗风险能力。
风险监控	通过技术手段对数据安全情况进行持续性监控并定期评估数据安全风险管理流程，及时调整优化，保障有效性。

指标和目标

华致酒行不断完善数据安全管理体系，通过目标导向，有条不紊地推进数据安全措施实施，构建坚实的数据安全屏障，确保企业数据资产得到全面、有效的保护，为企业稳健发展提供强有力的保障。

管理目标	2025年达成情况	2026年达成情况
不发生客户隐私泄露事件	已达成	进行中
不发生公司数据安全事件	已达成	进行中

数据安全 管理措施

华致酒行规范信息系统的运行维护管理工作，确保公司信息与客户隐私的安全可靠运行。2025年，公司数据安全总投入14.7万元。



设备安全

- 服务器专人管理，办公设备需要安装必要的杀毒、防火墙软件；
- 计算机每周进行病毒检测与杀毒。

数据安全



- 分级申请、提取并管理公司数据资产，根据信息系统及数据的重要性及用途不同进行留存和归档，保证实时备份、定时备份、定期备份；
- 进行日常备份及备份检查，发现隐患及时预防性汇报及解决，所有核心业务每年至少一次数据恢复演练，以验证备份数据的可用性。



系统保密

- 信息系统专人专用，各业务信息系统板块建立专员负责，权限分明；
- 密码按照复杂度规则设置，系统用户及密码委派专员管理，员工需定期修改密码；
- 用户停用或锁定需要与员工变动情况保持联动；
- 系统用户权限的增加、变更需要严格按照流程提交权限申请表。

人员管理



- 全体员工及相关方需要签署数据保密、隐私保护等相关条款，2025年公司《保密信和隐私保护协议》签署率为100%，第三方《保密协议》签署率为100%；
- 规范员工办公行为，办公设备做到离岗即锁，通过正规办公渠道进行公司内部的信息传输。



AI 管理

- 公司遵守科学伦理规范，严禁员工在使用 AI 工具交互时输入或上传公司核心资产、公司业务、员工个人信息等内容。

消费者隐私保护



- 建立客户信息保密机制，加强企业内幕信息和客户隐私的保护工作，对客户信息设立严格的访问权限，以防信息外泄，报告期内，公司未发生客户信息泄露事件；
- 微信小程序“掌上华致”、自营“华致酒行旗舰店”等线上平台设置隐私声明：严禁泄露任何客户消费者隐私行为发生。同时，用户进行平台交互操作时将自动弹出提示。



意识宣贯

- 将数据安全与客户隐私保护内容纳入员工培训体系中，定期对门店及员工进行培训宣贯，2025年，公司面向内部员工及门店人员383人，开展数据安全与客户隐私保护内外部培训，培训时长0.5小时，实现关键岗位100%覆盖率及考试通过率。



华致酒行
VATS LIQUOR STORE

中国首家酒类流通A股上市企业

酒行编号 20-2399

03

绿色运营 共创低碳未来

我们的行动

- ▶ 应对气候变化
- ▶ 守护美好环境
- ▶ 资源高效利用



SDGs

6 清洁饮水和卫生设施 	7 经济适用的清洁能源 	11 可持续城市和社区 	12 负责任消费和生产 	13 气候行动 
---	---	---	---	--

▶ 应对气候变化

治理

华致酒行编制《应对气候变化管理制度》，持续优化内部管理架构与流程，力求最大化气候变化治理效能。公司建立了由董事会领导、战略与可持续发展委员会为核心、ESG工作小组为执行主体的多层次、系统化的气候变化治理架构，其中战略与可持续发展委员会定期向董事会提交详尽的气候变化治理进展报告，确保决策层能够及时、全面地掌握相关信息，做出科学决策。

董事会

董事会是最高治理机构，负责气候相关政策、策略与目标审定。

治理层

战略与可持续发展委员会

负责制定并检讨气候相关策略及管理方法，探讨气候变化相关的目标及主要举措；定期就影响公司的最新气候相关内容给董事会汇报。

管理层

ESG工作组

由来自不同职能的人员组成，负责从多维度对气候风险和机遇展开全面且符合业务发展的识别与评估。

执行层

公司通过定期分析企业风险状况和机遇，为战略与可持续发展委员会提供支持，制定绿色发展蓝图，建议碳目标和绩效设置，并联合业务部门制定行动方案。同时，公司将污染物达标排放、节能减排等气候行动指标纳入相关管理人员的绩效评估中，保障各项措施有效落实。

此外，为进一步提升董事会成员的气候变化治理素养与专业能力，公司定期邀请外部权威专家开展气候变化主题的专业培训，通过知识分享与经验交流，为董事会成员提供必要的专业指导与支持；同时公司通过向员工发放碳中和试卷，用好玩的答题方式让低碳概念深入人心。

案例：应对气候变化培训

9月，公司紧扣业务运营与日常办公场景，组织开展“低碳办公，从我做起——应对气候变化的日常行动”专题培训，内容涵盖气候变化基础知识、个人碳足迹核心概念等关键点，本次培训整体覆盖率达95%。



“低碳办公，从我做起——应对气候变化的日常行动”专题培训

战略

华致酒行坚持采用科学和系统的方法建立气候变化管理策略，根据气候相关财务信息披露工作组建议，结合自身业务特性和行业调研结果，进行气候风险与机遇的全面识别。

风险 / 机遇类型	类型	风险 / 机遇描述	财务影响说明	发生概率	影响大小	影响的时间范围	优先级排序	影响的价值链环节	应对措施
物理风险	急性风险	暴雨、暴雪、飓风等极端天气可能破坏仓储设施，导致库存酒品损坏、运输中断。	运营成本增加	中	中	短期	较高	全价值链	实施 6S 管理，加强库房巡查，必要时派专人值守。
	慢性风险	长期气温上升、降水模式改变，可能影响上游酿酒原料（如葡萄、高粱）的产量与品质，从源头推高采购成本或影响产品供应稳定性。	运营成本增加	中	低	短期	高	物流与运营	构建稳定、多元的供应体系，全面推行可持续采购策略。
转型风险	政策与法律风险	“双碳”目标下，环保法规日趋严格，包装、物流等环节的碳排放可能面临更高标准或碳成本。	运营成本增加	大	中	中长期	高	物流与运营	将绿色实践融入供应链运营，推行非破损包材的回收、清洁与再利用机制。
	市场风险	极端天气下市场需求难以预测，公司难以精准把握进货量与销售时机，可能出现旺季缺货、淡季积压的情况。	运营成本增加	中	中	中期	高	自身运营	精简中间环节，与酒企建立直采合作；建立数字化采购系统，优化库存效率。
	技术风险	为实现低碳目标而进行技术升级，冷链物流节能改造、全链条数字化等需要投入。	运营成本增加	高	中	中长期	较高	物流与运营	构建绿色供应链体系，投入新能源物流用车。
机遇	市场机遇	极端天气促使消费者依赖线上购物，公司借此可加大线上投入，优化电商运营、丰富产品、提供个性化与便捷服务，突破限制、收集数据以精准营销，提升销售业绩。	运营成本减少	高	高	中长期	较高	自身运营	打造“新零售保真连锁品牌 + 酒类供应链服务平台”，以线下门店网络为资产、以即时零售为突破口、以数字化为纽带的全渠道深度变革。

说明：

- 1.发生概率：指风险\机遇发生的频次间隔、发生的可能性，主要根据历史发生的概率、外部情景、政策实施的进展和专家预测判断。发生概率从“低”到“高”。
- 2.影响大小：指通过冲击水平和风险\机遇发生可能性判定影响的大小，综合考虑对商业模式、价值链、财务影响等因素。影响大小从“低”到“高”。
- 3.影响的时间范围：不同风险和机遇对公司产生影响，公司将影响的时间范畴划分为短期（0-1年）、中期（1—5年）、长期（5年以上）。
- 4.影响价值链环节：指上游（涉及原材料供应商、采购和物流等环节）、运营（涉及生产、制造和内部流程等环节）、下游（涉及分销、销售和客户服务等环节）。
- 5.优先级排序：综合考虑发生概率、影响大小、影响时间范围等因素，结合公司实际，优先级排序分为“低”“中”“高”。

（注：报告其他章节关于发生概率、影响大小、影响的时间范围、影响的价值链环节、优先级排序定义与上文一致，将不再重复说明。）

影响、风险和机遇管理

华致酒行基于风险与机遇识别、评估、应对三个环节建立了完善的气候变化风险管理流程，致力于通过完善的风险气候变化管理体系增强公司的气候韧性。

气候变化风险与机遇清单建立

基于TCFD框架与同行实践，分析并讨论气候变化风险与机遇。

气候变化风险与机遇确定与评估

根据行业特征分析和外部专家建议，明晰公司气候变化风险和机遇，并根据发生可能性、影响周期等因素进行评估。

气候变化风险与机遇管理

遵循高对比、平衡、科学原则，制定管理策略与实施方案。

指标和目标

华致酒行的温室气体排放源主要为外购电力产生的能源间接排放，为积极响应全球气候治理共识，贯彻落实国家“双碳”战略部署，锚定科学碳目标倡议核心要求，统筹推进温室气体减排与绿色低碳转型，公司构建全生命周期气候风险管理体系，特制定气候管理目标与专项规划。同时公司严格遵循科学碳目标倡议（SBTi）技术准则与评估标准，对标《巴黎协定》1.5°C温控目标要求，制定兼具科学性、可行性、挑战性的温室气体减排目标，确保目标设定与全球气候治理节奏同频同步。

目标	达成情况
提升气候韧性	密切关注运营所在地关于气候变化所引申的政策、法律法规和技术的变化，在项目运营过程中将气候变化风险纳入考虑范围。
加快绿色转型	通过节约资源、提升能源使用效率、加强用能管理水平，减少温室气体排放，实现全生命周期的绿色管理。

关键绩效		
指标	单位	2025 年
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	176.26
单位能耗温室气体排放总量 (范围一和范围二)	吨二氧化碳当量 / 吨标准煤	3.98
直接温室气体排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	9.15
间接温室气体排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	167.11

注：此数据为总部办公室数据。

► 守护美好环境

环境管理

华致酒行秉持“建设绿色企业，坚持绿色经营”的环境管理方针，制定《环境管理手册》《环境管理承诺与政策》等系列内部环境管理制度，加强排放物管理、能源管理及水资源管理，不断提升环境治理水平。

环境管理承诺

- 严格遵守运营所在地适用的环境保护法律法规和政府监管要求；
- 主动采纳高效且富有创意的技术手段和管理措施来应对气候变化挑战，以保障公司商业运营活动对环境的负面影响降至最低；
- 有效利用能源和资源，减少废弃物和温室气体排放；
- 在选择供应商、承包商等供应链各环节合作伙伴时考虑环境因素；
- 与内外利益相关方积极开展交流与合作，提高利益相关方对公司环境管理政策和影响的认识。

为夯实可持续发展的管理根基，公司构建上下联动、协同推进的运行机制，成立由高级管理层组成的安全生产委员会，作为环境管理工作的最高决策机构，全面负责制定公司环境管理方针、目标与绩效指标，监督环境相关政策的落实与持续改进，并统筹各生产基地开展环境因素识别、合规性评审、内部审核及管理评审等工作。为推进环境表现逐步提升，公司全面落实环境保护领导负责制，设立明确的环境保护目标，将考核奖惩作为环保工作的抓手之一，激励员工将环保理念深度融入日常工作中，携手推动公司向绿色可持续发展不断迈进。

环境管理目标	2025年达成情况	2026年达成情况
<ul style="list-style-type: none"> 全面推行 ISO14001 标准及落地实施； 严格执行项目三同时管理要求，设计、评价、实施和验收各类环保设施； 严格执行各项环境监测危害因素的排查整改； 大力推进循环经济的落地及实施，进一步降本增效。 	报告期内公司共发生突发重大环境事件 0 起，未发生环境事件相关重大行政处罚。	进行中

排放物管理

华致酒行制定《垃圾管理制度》，在运营中产生的排放物包括运输车辆排放的空气污染物、运营废水及包装废弃物等，严格遵守相关法律法规，建立健全内部管理制度，坚持合规处置与源头减量并举，资源回收与循环利用，践行酒业流通领域的绿色责任。为强化排放物的系统化管控，公司结合业务发展情况，每年制定明确的减排目标与实施计划，持续优化物流路径、仓储能耗及包装材料使用。2025 年公司废水、废气及废弃物均合规处理后达标排放。

排放物管理目标	2025年达成情况	2026年达成情况
<ul style="list-style-type: none"> 污染物达标排放率 100%； 危废、一般固废合规处置率 100%； 通过提升处理工艺或优化处理设施等，提高污染物治理效率，减少污染物排放量。 	已达成	进行中

类别	污染物种类	管理措施
废水	生活污水、办公废水等	处理措施： 通过市政管网排入污水处理厂，未发生过超标现象； 减排措施： 推行废水使用减量、再利用，或是处理之后再利用，优先回收办公污水用于绿化保洁。
废气	办公车辆尾气等	处理措施： 公司办公车辆使用无铅汽油，均达标排放。
一般废弃物	废品、办公垃圾、废金属、废包装袋、纸张、纸箱、生活垃圾等	处理措施： 公司设置专职废弃物管理人员进行固体废弃物的存放与管理，建设固定的垃圾存放处，定期分类收集；生活垃圾放入垃圾桶内，由物业统一清运至垃圾处理站处理；废旧金属、废报纸、废纸及废弃塑料包装物卖给废品回收站； 减排措施： 对于可回收利用的废弃物，公司将产生的固体废物分类收集，委托有技术能力的单位进行综合利用。
有害废弃物	废旧电池、废旧墨盒等	处理措施： 对废旧电池、废墨盒等，公司负责分类收集并暂时贮存，委托具备相应能力的合作单位进行综合利用，促进循环经济。

关键绩效		
指标	单位	2025年
废水排放量	吨	848
危险废弃物产生量	个	26
危险废弃物处置量	个	26

注：此数据为总部办公室数据，公司非重污染型企业，危险废弃物为废旧墨盒等。

绿色教育

华致酒行注重员工环保教育工作，每年度积极开展针对环境合规管理、废弃物减量化、提升能源使用及水资源使用效率等系列主题培训，以提升全体员工的环保意识及环境管理能力，不断改善环境管理表现。2025年，公司以培训讲座的形式开展包括可持续发展监管要求、碳管理及目标设定、生物多样性保护、环境管理合规等主题培训2场，培训时长2小时，培训19人次。



案例：环保培训

9月，公司组织围绕绿色采购、绿色出行、无纸化办公及废弃物处理等方面内容开展培训，引导员工将绿色理念融入日常工作的各个环节。未来，公司将继续深化绿色文化建设，推动可持续发展理念进一步落地，共同营造更低碳、更高效的工作环境。



环保培训

绿色办公

华致酒行将低碳运营的理念融入各个员工的日常行动中，建立低碳办公机制，提供发展员工低碳行为的表彰措施，通过组织节能环保培训活动、设计碳中和试卷、张贴节能贴士和标语等措施营造绿色低碳的企业氛围，鼓励员工做绿色办公的践行者。

- 鼓励员工选择公共交通、骑行等绿色交通方式；
- 提倡步行，养成绿色低碳的生活习惯。
- 构建平台化办公，将纸质签约升级为电子签章；
- 优先选用可持续或可循环的办公耗材；
- 推行无纸化办公，节约打印、复印用纸；
- 提倡打印、传真纸张双面使用；
- 在各环节减少会议活动的碳足迹，传达绿色环保的主张；
- 开展废旧办公用品的回收利用。
- 张贴节水、节电小贴士，在办公场所醒目区域张贴环保标语；
- 减少一次性物品使用，提倡自带水杯；
- 鼓励办公区域节电，要求员工做到“人走灯灭”“人离屏关”；
- 配备员工食堂，提供午餐，鼓励员工减少外卖、自带午饭，减少食物浪费，提倡光盘行动；设立可回收统一集中点，实施垃圾回收分类。



安阳紫薇大道店



上海闵行号文路店



循环经济

华致酒行对物料存储、领用及耗用实施精细化管理，制定《物料管理流程》等制度，持续优化从包装辅材到运营耗材的全流程管理。公司注重减少原辅材料及半成品的不合理耗用，并加强对各类可回收物料（如包装材料、物流耗材等）的循环利用管理，从细节处践行节约资源、降低浪费的绿色运营理念。

公司总部负责制定并监督执行统一的物料进出仓控制流程，确立物料监理的原则与标准；各仓储运营单位则严格依照流程进行物料的申领、使用与记录，确保每一环节物料使用的合理性、可追溯性与效率最大化。

物料使用目标	2025 年达成情况
<ul style="list-style-type: none"> 拒绝不必要的资源消耗； 减少资源浪费； 鼓励使用环保包材。 	已达成

在运营全周期管理中，公司持续优化包材用量，推行非破损包材的回收、清洁与再利用机制，逐步实现包装材料的闭环管理，推动产品包装向环保化、循环化与低碳化转型，让每一份传递的品质，都承载着对自然的尊重与未来的责任。

主要环节	行动举措
设计选材	优先选择环保、低碳的原材料供应商，加强对原材料的可持续性管理，推动原材料的循环利用。
绿色包装	<p>联合合作承运商共同设计定制了白酒散货、白酒原箱、红酒保温包材等数十种定制包材,采用可循环利用的EPE环保材质,大幅降低包装环节的环境足迹；</p> <p>回购市场二手木托盘循环用于运输保护，将淘汰的木托盘重新拼接改造后再次利用；</p> <p>依据不同酒品的瓶型、规格与物流场景，对包装进行精细化适配设计，通过优化结构、精准匹配产品形态，在维持防护性能的同时，有效降低包材厚度与用量。</p>
物流运输	对于非损包材,推行“循环重复利用”的方式，通过对非损包材进行专业分类与彻底清洁，确保其符合再次使用标准后投入循环体系，实现经济效益和环保效益的双赢。

关键绩效		
指标	单位	2025年
包装材料使用总量	吨	144.6
纸类包材	吨	111

资源高效利用

节能减排

为进一步加强能源消耗管理，华致酒行制定《行政后勤节能控制制度》节能降耗管理规范，以董事会战略统筹，高级管理人员监督考核，各个业务部门落地管控，定期统计及分析电能消耗量，根据分析结果，加强对耗电量较大的设备设施的合理使用和维护检修，减少能源浪费。同时设立能源管理目标：以提高能源利用效率为核心，推动用能方式向集约高效、绿色低碳转型。

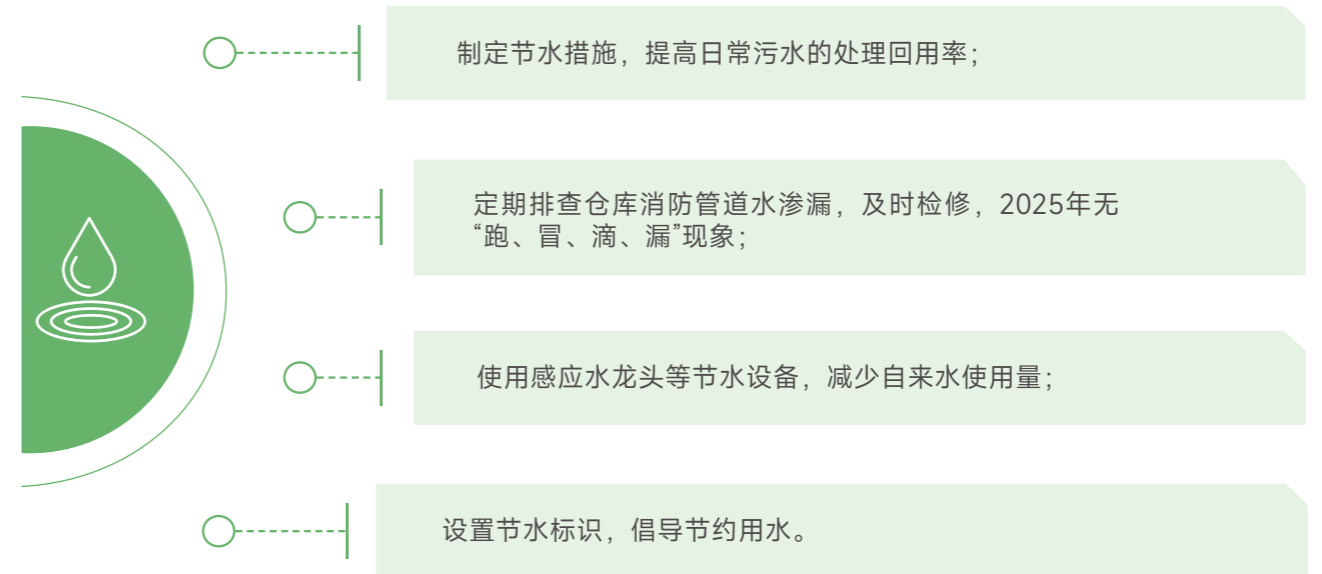
节能降耗管理

- 打印机设置为节能模式；
- 优先选择低耗能设备；
- 推广使用可循环产品；
- 加强公车管理，减少油耗；
- 2025年组织电路排查工作2次，降低电力浪费；
- 仓库搬运工具设备更替优先使用无环境污染的纯电设备，推荐使用二手设备，减少能耗；
- 通过管理软件实际上传温湿度数据，严格控制加湿器和暖风机使用时间，避免不必要能源浪费；
- 根据工区划分，安排专人负责关闭空调、公用电脑、公用设施等耗能设备，加强节能减排管理。

节约用水

华致酒行主要的水资源消耗为办公用水，公司在日常运营中提倡并践行节约用水的理念，制定节水制度，实施节水计划，进行水耗统计及用水分析，加强日常节水管理，提高水资源的利用效率。

节水管理



关键绩效

指标	单位	2025年
天然气	立方米	4,232
外购电力	千瓦时	314,938.28
能源消耗总量	吨标准煤	44.33
直接能源消耗量	吨标准煤	5.63
间接能源消耗量	吨标准煤	38.71

注：此数据为总部办公室数据。

关键绩效

指标	单位	2025年
水资源使用量	吨	848

注：此数据为总部办公室数据。

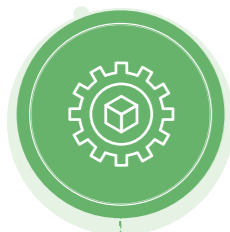
绿色物流

华致酒行作为中国酒类流通领域的先锋企业，始终致力于推动绿色物流的持续发展。在绿色供应商遴选、绿色运输、绿色配送等方面公司积极采取措施，以降低物流配送对环境的负面影响，实现物流配送的可持续发展目标。

绿色物流举措

绿色供应商

环保型物流纳入供应商选商考量标准，承诺在绿色投资、环境保护和社会责任等多个方面所做的表现被纳入承运商考评的分项，公司将充分考虑与承运商合作签订合作协议。公司在运输合作伙伴、加盟模式等方面展现出了杰出的领导眼光及企业，在海运合作中，航次拆分等方面均做出了杰出的表现。与海运合作伙伴共同调研绿色物流和低碳物流发展路径，积极探索绿色发展新方向，共同探讨通过帆船、铁路等零碳和负碳交通在物流运输中的应用，并积极推动使用电子签单来替代传统的纸质提单，以减少纸张的消耗。



绿色运输

全国仓配网络体系为优化客户服务体验，满足客户随时、随地用酒需求，拥有全国 8 个中心仓、24 个区域仓，以实现全国无盲区配送服务，可做到同城最快 45 分钟，同城最快 8 小时急速酒体字样。物流信息化升级更新物流系统，通过实时监控优化配载，一方面提升了订单处理效率，实现订单从下→审单→出库，拆分仓检货，发运配送，全程监控可视，另一方面，使得物流过程更加透明、可追溯，从而增强了社会对公司物流的信任度。



绿色配送

绿色递送用车主张推行使用新能源物流用车，累计投入电动叉车 30 余辆，为保护绿色环境作出积极贡献。绿色配送模式与多企业协同配合、集约配载，提高物流资源的利用效率，通过这种创新模式，利用不同时间的运输量对时间窗的差异，减少了车辆的空载运行，降低能源消耗和成本。



绿色运营

华致酒行作为中国精品酒水营销与服务的领先企业，践行“绿色运营”，通过“节能减排、绿色循环、低碳体验”全流程的管理体系，构建独特的“华致绿色范式”，将环保从理念转化为日常可感知、可参与的具体行动。2025年，公司没有位于生态保护红线范围内及生物多样性价值高的地区的运营门店，所有生产活动、产品与服务均未对生物多样性造成重大影响。

运营可持续

全面推进照明系统 LED 改造，最大化利用自然光，严格管理空调等设备的运行，从细节处节约每一度电、每一滴水。

供应可持续

绿色递送用车主张推行使用新能源物流用车，推广标准化可循环载具，减少“一次即废”的包装。

消费可持续

大力推行数字化办公与无纸化交易，鼓励电子小票和在线服务，减少资源消耗；
通过店内绿色的视觉设计，营造沉浸式的低碳消费场景。



04

责任担当 促进共荣发展

我们的行动

- ▶ 员工权益保护
- ▶ 薪酬福利待遇
- ▶ 加强员工沟通
- ▶ 员工培训发展
- ▶ 职业健康安全
- ▶ 社会责任担当

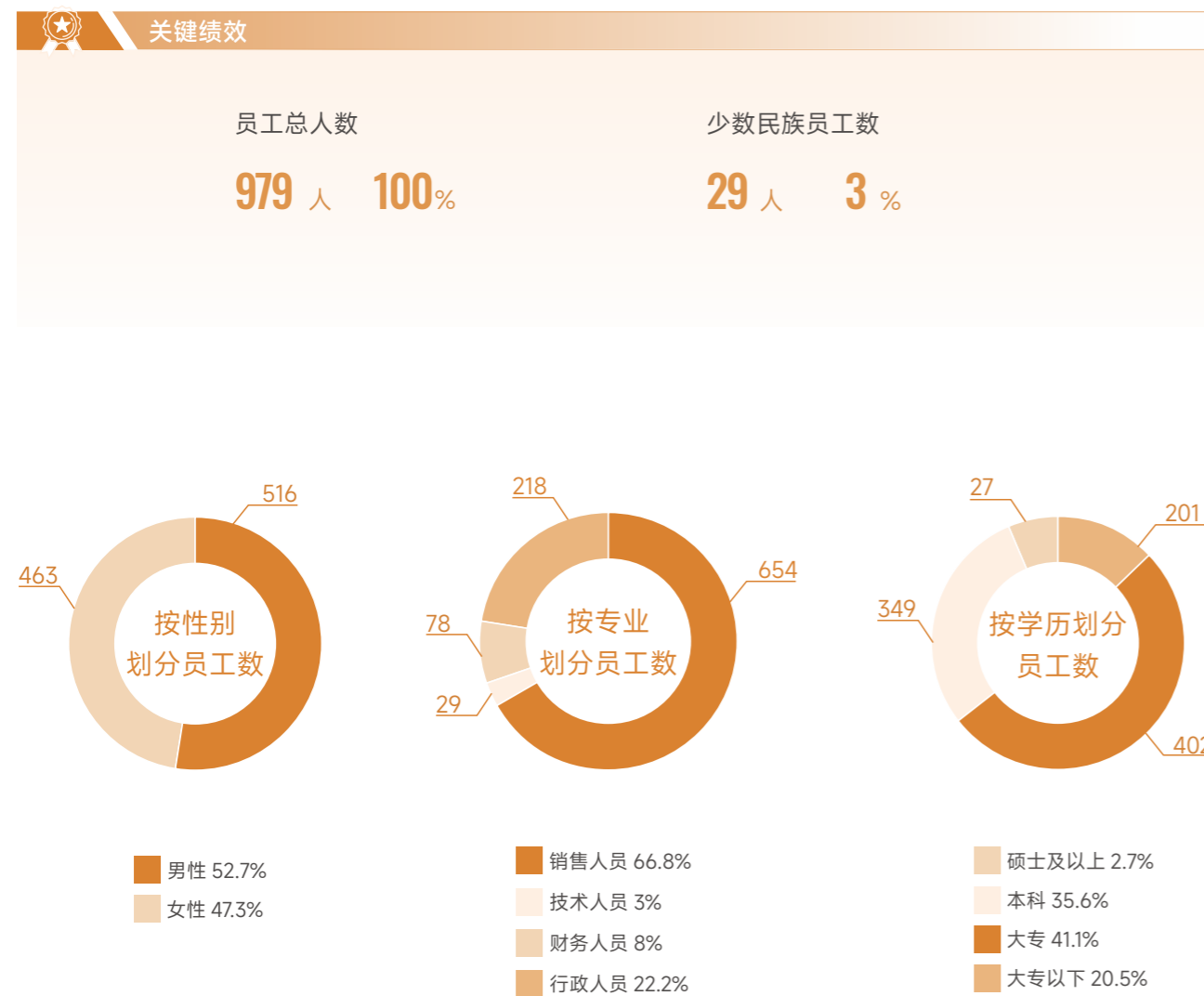
SDGs



▶ 员工权益保护

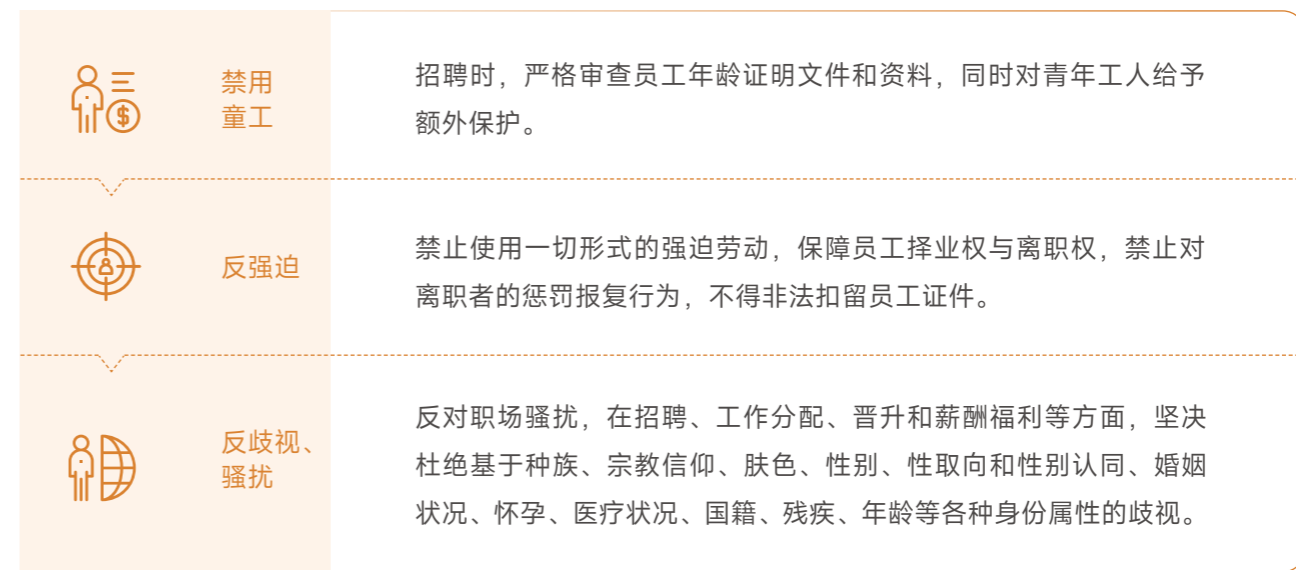
公平雇佣

华致酒行坚持公开公正、择优录用、精干高效、合理配置的原则，制定《招聘管理制度》《猎头管理办法》《校园招聘管理制度》，融合内部推荐、网络招聘、猎头机构招聘、校园招聘等多元化引才渠道，构建高效灵活的人才供给体系。在人才甄选过程中，公司恪守“真品与真才并重”的理念，以应聘者的专业能力和技术水平作为录用的核心标准，任何符合职位要求的应聘者均有机会获得平等的面试机会。2025年，公司社会招聘75人。



劳工人权

华致酒行制定《劳工与人权保护政策》，其中包括反歧视与多元化管理体系与制度、反童工及强制劳动管理体系与制度等相关人权制度，董事会对于公司人力方面战略统筹，高级管理人员负责监督与考核，人力部门负责落地执行的三级管理架构，遵循合法、公平、平等自愿、协商一致、诚实信用的原则与全体员工签订劳动合同，公司声明坚决反对基于性别、年龄、民族、种族、宗教残疾等的歧视行为，在自身运营和管理过程中禁止使用童工、强迫劳动和人口贩卖，禁止一切职场骚扰行为，积极践行平等、包容的理念。在保障自身员工权益的同时，公司将继续强化全过程的劳工及人权管理体系，定期审视、更新相关政策，定期审查劳工风险管理情况，确保合作伙伴在工作实践、条件及薪资待遇等方面有效保障劳工权益。2025年，公司未发生雇佣童工、强迫劳工、职场骚扰和歧视等事件。



多元与包容

华致酒行珍视每一位伙伴的独特性——无论其来自何方、拥有何种文化传统，都是构筑华致酒行品牌底蕴的重要组成部分。公司倡导“和而不同，美美与共”的包容文化，将多元共融写入《员工多元化政策》，鼓励来自五湖四海、不同专业领域与文化背景的员工畅所欲言、交流观点，在思想碰撞中激发团队新的灵感与能量。公司提倡开放坦诚的沟通氛围，通过持续开展多元化系列培训，保证在信任与支持中凝聚共识、增强协同，让每一位成员都能在协作中发挥所长，实现“1+1>2”的团队合力。同时公司建立反馈和投诉渠道，确保多元共融理念不仅停留于纸面，而是真正落地为每一位员工的日常体验。针对西藏地区工作员工，考虑到西藏地区气候特殊性 & 当地特有的传统文化节日雪顿节、藏历年，公司额外给予在西藏地区工作的员工 15 天假期。

女员工关爱

华致酒行为全体女性员工提供平等的职业发展机会，助力女性员工在各个领域的发展，并确保她们享有与男性员工无差异的薪酬福利体系。公司时刻关注女性员工权益保护动态，重视女性员工的特殊权益保障，并认真执行孕产期、哺乳假等法定休假规定，并在产假期间协助申领生育津贴。此外，公司也不定期为女性员工组织丰富多彩的专属活动，从身心滋养到能力提升，多维度传递温暖与尊重。

案例：华致酒行 3.8 女神节

3月7日，华致酒行总部精心策划了一场以“‘帽’美添花语，花暖岁岁新”为主题的“三八”女神节暨员工生日会。华致酒行副总裁亲临现场并致辞，向全体女性员工致以诚挚感谢，感谢她们的辛勤付出与坚定同行，同时也为 1-3 月生日的寿星们送上了暖心祝福。



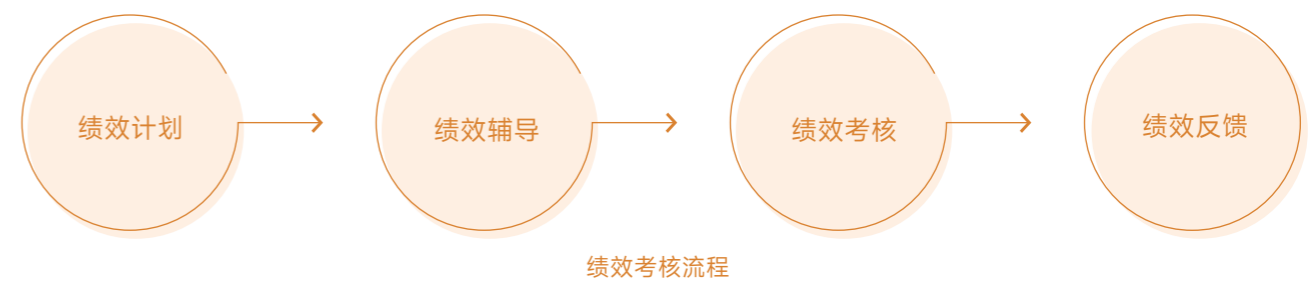
“帽”美添花语，花暖岁岁新

关键绩效		
管理人员中女性员工 25 人，占 26%	享受产假员工数 30 人	产假返岗率 97%
享受育儿假员工数 40 人	员工休育儿假 4 名	育儿假返岗率 100%

薪酬福利待遇

薪酬与绩效

华致酒行坚持同工同酬原则，持续完善以岗位价值与个人贡献为导向的薪酬架构，采用“固定薪酬 + 浮动绩效”的薪酬模式，结合其岗位调整、职级变动及绩效表现进行动态审阅与调整，确保薪酬与个人业绩及公司发展紧密联动。为持续提升组织效能，激发员工潜能，公司建立绩效考核机制，通过制定年度或月度绩效计划，过程中由上级提供持续辅导与反馈，实现绩效管理的闭环运行。考核依托月度、季度及年度等多周期展开，全面、客观评估工作成果与行为表现，并及时进行考核结果公示。员工如对考核结果存有异议，可在收到结果后两周内，通过 OA 系统或书面形式提出申诉。人力资源部将秉持公正原则，及时牵头沟通与处理，确保机制运行的公平与有效。2025 年，公司各地区员工最低薪酬均高于当地最低工资。



福利与休假

华致酒行打造全方位、多维度员工福利体系，注重提高员工的福利保障，依法为员工缴纳五险一金，严格执行国家法定节假日规定。根据公司实际情况，实行标准工时、综合工时、不定时工时（高层管理人员）三种工时制度。公司不提倡加班，特殊情况下，由部门负责人或分管领导对员工提出加班要求，员工提交“加班申请”并获批的，方可加班。2025 年，公司人均创收 602.19 万元，人均薪酬 25.39 万元。

福利类型



法定福利

五险一金、带薪年假等法定假期，2025 年人均带薪年假 7 天。



特殊福利

补充医疗保险和子女医疗保险、交通意外险、通讯补贴、生日礼包、新生儿礼包、交通补贴、陪产假、住房补贴、丧葬补助、团建、特殊节日福利费等。



重点院校扶持培养津贴

自2006年起,设立了“重点院校扶持培养津贴”项目,重点关注第一毕业院校为国内全日制211(含)以上大学和世界排名前200所大学的年轻员工(年龄不超过35周岁,毕业后三年内入司),并按月发放津贴,津贴标准根据学历高低阶梯递增。

► 加强员工沟通

民主管理

华致酒行充分尊重员工的结社自由与集体协商权利，坚持以民主管理为核心，通过设立职工代表大会与工会组织，构建制度化、常态化的员工诉求反馈机制，依法保障每一位员工的知情权、参与权、表达权与监督权。在制定、修订或决策与员工切身利益相关的制度与重大事项时，公司均通过职工代表大会征询意见，并经由平等协商程序共同议定。所有最终决定均会及时、完整地向全员公示告知，确保过程透明、结果公正。

同时，公司持续拓展包括总裁邮箱、OA 申诉平台、人力资源专线以及年度深度访谈等多元、畅通的沟通渠道，及时根据反馈内容做出整改，搭建开放、信任的对话环境，让每一份意见都能被倾听，每一次参与都能推动进步。此外，公司严格根据《人力资源管理制度》规定处理员工离职，避免劳动纠纷事件发生。人力在收到员工的离职申请后，会主动联系员工，在离职访谈过程中，倾听员工的想法并及时给出回应，同步整理访谈结果上报领导，以离职访谈为纽带，维系与离职员工的良性联结，践行人性化用工理念。

案例：华致酒行员工座谈会

2025 年，华致酒行召开员工座谈会，组织公司高层、各部门及门店负责人与不同岗位、不同工龄的员工代表齐聚一堂，聚焦门店运营、团队协作、职业发展、流程优化等痛点收集合理化建议，凝聚全员共识，营造开放包容的企业文化氛围。



员工座谈会

员工满意度

华致酒行坚信员工的满意与共鸣是企业持续发展的核心动力。公司以年度为单位，开展全员满意度调研和敬业度，倾听每一位伙伴的真实心声，持续识别在经营管理、薪酬激励、文化氛围与员工成长等方面的提升空间，并分别从领导、结构、流程、员工维度采取改善举措策略。2025 年，员工满意度为 93%，员工敬业满意度为 91.22%。

员工关怀

华致酒行定期举办丰富多彩的文体活动，如主题生日会、兴趣沙龙、团队拓展等，丰富员工的业余时间，满足多元精神文化需求，从而以更充沛的活力投入事业。同时，公司也始终关切那些需要额外支持的员工，通过定期走访、专项慰问与及时的资金援助等方式，用心为困难员工提供切实保障，陪伴他们共渡难关。

案例：2025 年度客户会议暨 20 周年庆典

5 月，华致酒行 2025 年度客户会议暨二十周年庆典在云南昆明隆重举行，创始人与来自全国各地的四百余位合作伙伴及员工代表齐聚一堂。活动中，华致员工代表与客户代表先后登台，分享携手共进的历程与感悟。会议期间，华致酒行对 2025 年第一季度表现优异的合作伙伴及长期坚定支持公司发展的同仁予以表彰，颁发了优秀门店奖、卓越贡献奖、杰出贡献奖、五星门店、风雨同舟奖等多项荣誉，由衷感谢他们一路走来与华致并肩同行、携手奋进。



2025 年度客户会议暨 20 周年庆典

案例：华致酒行为退休员工举办荣退仪式

3 月，华致酒行在北京通州台湖老酒收藏馆为一位司龄满 18 年的员工举办了荣退仪式。为退休员工举办荣退仪式是公司的优良传统，未来将进一步完善为标准化流程，并组建“退休职工关怀群”，搭建常态化沟通平台，持续倾听并吸纳退休职工的意见与建议。



华致酒行为退休员工举办荣退仪式

▶ 员工培训发展

员工培训

华致酒行始终秉持“人才是企业第一资源”的发展理念，坚持德才兼备、以德为先的用人导向，依据《人力资源管理制度》对员工培训的规定，建立健全培训管理体系，制定分层分类、多维联动的培养机制，从新员工文化融入、岗位技能提升到管理者领导力锻造精准设计培训课程，持续打造与业务发展需求相匹配的员工队伍。培训结束后进行培训考核，对优秀个人和优秀团队予以正向奖励措施，对成绩不合格的个人则给予一定的负向激励措施。此外，培训结束后对培训参与者开展问卷评估，对课程内容、讲师安排及培训活动运营等方面进行必要的调整和优化。

新员工培训

- **培训内容：**企业文化、经营理念、发展史及现状、行业状况、组织结构、规章制度、员工行为规范等，2025 年，公司组织新员工培训 3 场，累计时长 108 小时，培训 54 人次。
- **培训形式：**课堂培训、在线培训等。
- **培训目的：**通过对华致重点业务知识和实战技能的学习掌握，快速提升学员业务实战能力及工作成果产出。

专业技能培训

- **培训内容：**营销管理、品牌管理、销售管理、营销策略、运营管理、沟通技巧、酒水产品鉴、财务管理、沟通表达等，2025 年，公司组织专业技能培训 423 场，累计时长 1,131 小时，培训 25,011 人次。
- **培训形式：**聘请业内资深人士到企业授课、参加学术交流、专家讲座、现场参观考察、交流、座谈、研讨、网络远程教学等。
- **培训目的：**保证在职人员快速掌握必要的岗位知识和专业技能，提升岗位胜任能力和工作绩效成果。

领导力培训

- **中高层人员：**领导力提升、管理技能、决策思维能力等。
- **战略储备人才：**角色转变、职业技能提升、管理技能培养等。
- **培训绩效：**2025 年，公司组织领导力培训 15 场，累计时长 54.5 小时，培训 556 人次。
- **培训目的：**进一步提升中高层管理干部及后备梯队人员的战略格局与思维视野。

特色培训

- **外派培训：**外派至其他企业或国家，接受观摩或中、短期训练。
- **个人发展培训：**因工作需要参加专业培训机构或院所组织的培训，或由公司推荐或个人申请送去高等学府定向脱产(或在职)学习。
- **多元培训：**2025 年，公司设立法语和剪辑培训课程，帮助员工拓展跨文化交流技能与数字内容创作能力，持续完善多元化学习体系。

案例：薪火相传 · 蓄力远航

为持续锻造营销体系的后备领军力量，华致酒行面向高潜绩优青年人才，正式启动“薪火计划”后备人才培养项目，利用战、导、训结合的立体化培养方式，共包含四阶段培养，各培养阶段为期约6个月，系统化对学员完成从业务→创新→综合实力→团队管理的全面进阶。

"薪火计划" 后备人才培养项目

阶段：业务专精 + 思维激活 + 综合提升 + 管理精进

训	导	训
业绩突破、行动学习、项目历练、实战任务、发展轮岗、任命副职。	基于所需培养能力和个性化补强能力，制定IDP为牵引，全程建立学习档案；配置薪火导师，基于阶段成长情况，定向能力辅导及课题辅导；与高管面对面，不定期开展交流沙龙，拔高视野格局。	五条课程主线，全方位能力提升。线上+线下相结合，集中+自主相结合，提高业务知识、创新思维、通用能力、管理技巧、经营意识。

首期“薪火计划”围绕华致发展史与企业文化、白酒核心品牌知识、进口酒品牌体系、拓展训练、行动学习方法论及连锁门店开发等关键课题展开。项目线下集中研训达47小时，通过沉浸式的学习与实战推演，让学员深入理解华致精神，掌握业务核心，锻造带团队、打胜仗的复合能力。



华致酒行首期“薪火计划”
后备人才培养项目

案例：法语初级小课堂

11月，公司邀请专业授课老师面向员工开展兴趣法语初级小课堂。



案例：星跃奖——数智化人才发展·最佳实践奖

在2025年举办的第八届“星跃奖”评选中，华致酒行凭借数智化目标、品牌美誉、模式创新、业务标准、市场占比、管理体系及可持续发展等七个维度的综合实践，荣获“最佳实践奖”。



华致酒行荣获“数智化人才发展-最佳实践”

关键绩效

指标	单位	数值
员工培训投入	万元	154
培训场次	次	441
接受培训总人数	人	979
接受培训总人次	人次	25,621
员工培训覆盖率	%	100
培训总时长	小时	1,294
人均培训时长	小时/人	1.32

五星通关人才

为检验公司的团队建设和人员战斗力情况，提升公司优秀后备管理人才队伍的深度和厚度，公司打造五星通关人才管理项目，围绕经营业绩、人才发展、答辩推演、360°评估、知识考核、纪律合规、自采库存优化等关键维度展开测评，项目成果将直接关联人才晋升、岗位调整、薪酬激励、年度绩效及长期能力发展。本次项目共开展11场专项考评，累计覆盖313人次。

讲师队伍建设

公司现已建立起一支涵盖 70 余人的高素质内部讲师团队，主要由公司高层管理者、各业务部门骨干及专业领域资深人士组成，形成了融合战略视野、业务实战与管理智慧的“酿造者智库”，推动知识在组织内流动与增值，实现“以老带新、以专带广”的良性传承机制。

数字化学习平台建设

公司紧跟数字化发展浪潮，将人才培养与科技创新深度融合，积极构建智能、开放、互联的学习生态系统，打造华致 e 学堂在线学习平台，开设公司规章制度、重要项目知识、新员工学习指南、酒水专业知识等课程 600 门，助力每一位华致人随时随地汲取成长养分，掌握行业发展脉搏。

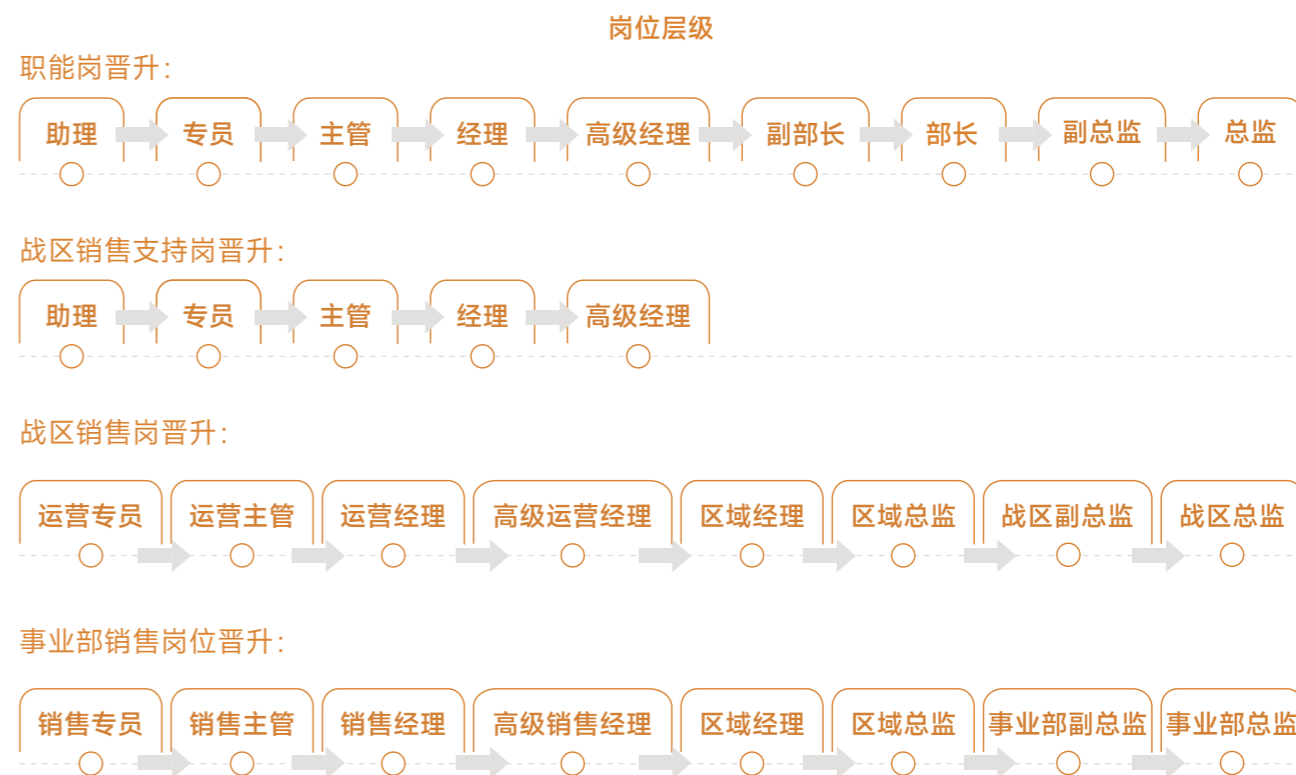
	客户端学习平台	员工端学习平台
主要运营功能模块	在线内容学习、在线考试、在线调研等。	在线内容学习、在线考试、在线调研、混合式学习项目、数据分析、社区互动等。
主要课程内容	公司文化、酒水知识、茶知识、门店运营管理、O2O 运营管理、销售及市场营销、服务礼仪、能力提升、行业资讯、内部员工资料等等。	董事长重要讲话、公司介绍与发展史、文化价值观、规章制度、公司重要项目知识、新员工学习指南、酒水专业知识、茶专业知识、营销技能、团队管理技能、通用力提升类等等。
学习情况	截至 2025 年，课程数量共计为 580 余门，累计学习时长 4,468 小时。	截至 2025 年，课程数量共计为 350 余门，累计学习时长 3,243 小时。

员工发展

华致酒行深信“心有多大，舞台就有多大”，通过年度绩效考核、人才盘点、五星通关、经营计划人才赛等人才考核选拔方式，构建了后备梯队人才池及重点院校人才清单。公司密切关注清单内员工的表现和成长，通过不定期的绩效复盘、成长对话及专项辅导，跟踪发展动态，识别高潜特质。同时，公司定期对后备人才库进行滚动更新与动态优化，确保人才池始终充满活力，适应公司战略发展需要。

晋升渠道

根据岗位价值与能力，公司建立覆盖全职业周期的晋升标准与评审机制，构建多通道的职业发展体系，保证每一位员工都能在合适的赛道上发光发热，实现企业的战略目标与人才成长同频共振、相互成就。



内部调岗

公司以人岗匹配与发展共识为前提，支持员工根据个人职业规划、兴趣与专长主动申请调岗，同时推动部门间基于业务需求进行人才调配，激活组织活力，拓展员工能力边界，实现企业内部“人才活水”。

职业健康安全

安全管理

华致酒行坚持“安全第一，预防为主”原则，制定《华致物流仓库冬季安全事故防范要点》《醴陵鉴定仓储中心消防安全管理制度》《台湖仓库安全生产检查制度》等制度文件，确保从顶层设计到基层执行，每一环节紧密相扣、高效运作。2025年，公司安全生产投入64.73万元。

公司构建全流程、全时段的责任管控体系，细化责任分工，组建安全生产委员会统筹协调安全管理各项工作，牵头组织安全隐患排查、整改跟踪、安全宣传教育等工作任务，围绕公司安全管理总体要求，明确核心安全目标，确保全年实现“零事故、零损失、零伤害”。公司建立安全生产责任制，按场所不同细分四级物流仓储安全责任制与三级办公/营业场所安全责任制，2025年，公司组织各部门负责人及关键岗位员工签订《安全管理责任书》，签订率100%，安全管理责任层层传导、落实到人。

职业健康安全目标	2025年达成情况	2026年达成情况
保障全年公司财产及员工人身安全稳定，无重大安全风险事件发生	已达成	进行中
杜绝人身重伤、死亡责任事故	已达成	进行中
重大安全隐患排查率100%	已达成	进行中
实现全年0火灾事故，杜绝各类火灾隐患引发的安全问题	已达成	进行中

安全风险管控

华致酒行建立“每日提醒、每周检查、随机抽查”的常态化检查机制，确保安全排查无死角、无盲区，全面覆盖风险识别、分级管控以及应急处理各环节，提升企业应对安全风险的迅速反应能力和高效处置水平。

风险识别与评估

制定风险识别机制，识别在三种状态和三种时态下公司活动、产品和服务中的危险源。

风险监测

对职业健康安全管理绩效参数、安全运行控制开展例行检查、职业健康检查和专项检查。

隐患排查

建立健全安全巡查制度，聚焦办公室和仓库等重点区域，围绕用电安全、设备安全、卫生安全等风险点全面实施安全隐患检查，设立隐患台账，定期开展安全会议分析隐患产生原因，采取纠正和预防措施，将事故隐患消除在萌芽状态。2025年公司开展隐患排查64次，其中现场巡视、巡查的仓库42次，安委会巡查仓库22次；共排查各类安全隐患及6S整改点753个，整改率99.87%。

应急响应

编制《公司突发事件应急方案管理规定》《火灾事故应急预案》《醴陵鉴定仓储中心安全生产事故应急预案》，实施分级管控，形成事前预防、事中控制、事后查处的管理机制。同时公司定期开展应急演练，2025年，全国各仓库积极开展安全培训和应急演练，累计达到49场，参与392人次。

案例：消防应急演练

6月19日，公司组织总部员工开展消防安全实战演练，并特邀东花市街道消防站专业消防员做现场指导。本次演练聚焦酒类仓储及销售场所的火灾风险特点，通过理论讲解与实操演示，系统传授灭火器、消火栓的规范使用方法。员工们在消防员一对一指导下，模拟火灾场景进行器材操作，快速掌握了扑灭初期火情的关键技能，有效提升了应急处置水平。



消防安全实战演练

安全生产

华致酒行制定并实施全面且有效的安全管理措施，提升企业安全管理效能，有效预防安全事故的发生，降低职业危害风险，保障员工的健康与安全。

仓储安全

- 根据季节特性制定仓储安全防范制度，2025年，公司修订《春夏季仓储安全防范要点》《秋冬季仓储安全防范要点》；
- 合理规划仓库布局，易燃易爆物品设有安全标识并单独存放；
- 建立仓库日常安全巡视线路及巡视要求，围绕消防设施、安全设备、货物存储进行日常巡检；
- 重点仓库接入监控平台，重点监控仓储和作业安全；
- 委托第三方机构定期检测建筑物抗雷电引发火灾的能力，2025年，公司各地仓储避雷设施均处于正常运转状态，建筑防火等级达到丙二类标准以上的覆盖率达到90%以上。

行政安全

- 2025年，公司开展液化气、燃气安全专项检查和安全教育活动；
- 对于安全用电，公司指派专业电工开展电器线路安全排查行动。

人员安全

- 要求操作工、叉车工等特殊工人遵守安全操作规程，持证上岗；
- 通过相关方安全资质审核、签署安全生产协议、相关方安全告知等方式，防止相关方出现安全生产事故。报告期内，公司与相关方安全协议签署率为100%。

意识安全

- 报告期内华致酒行所有部门开展了开工安全第一课教育活动，对复工复产安全要求和各部门涉及不同的安全注意事项进行了专项的教育和培训，以及员工上下班安全出行培训检查。
- 各地区仓库常态化开展安全知识培训，培训主题涵盖消防安全、电气安全、安全操作规范、安全生产、仓储安全等。此外，积极参与各园区开展的消防宣传月、安全生产月专项培训，增强员工安全意识和应急处理水平。
- 2025年，公司安全教育培训总投入2万元，安全教育培训场次87场，培训总时长870小时，参与安全教育培训65人，参与安全教育培训人次2,059人次，人均培训时长13.4小时，安全培训员工覆盖率为100%。

案例：安全专题培训

10月，公司组织开展了“人人讲安全，个个会应急”专题安全培训，围绕新《安全生产法》要点解读、海姆利希急救法实操演练及各岗位安全责任落实三大核心内容，通过法规讲解、案例分析与实操指导相结合的形式，强化员工法律认知、自救互救技能与责任意识，进一步夯实公司安全生产基础。



“人人讲安全，个个会应急”

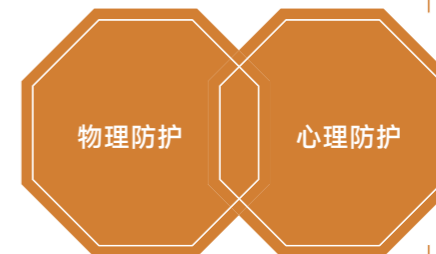
关键绩效

指标	单位	数值
发生安全事故数量	例	0
重大及以上事故数	例	0
隐患排查整改率	%	99.87
从业人员岗前三级安全培训率	%	100
特种作业从业人员持证上岗率	%	100

职业健康

华致酒行致力于打造一个安全无忧、健康宜人的工作环境，全面呵护员工的身心健康。我们高度重视职业危害的防范与控制，通过科学手段有效预防和降低员工工伤及重大疾病的发生率，为员工的健康之路保驾护航。

- 定期组织体检，建立职工健康档案，对职业病员工进行专项治理直至康复，2025年，员工体检覆盖率100%；
- 为员工配备符合国家标准的劳动防护用品，如安全帽、手套、安全鞋等，并监督员工正确佩戴使用；
- 仓库使用防爆灯，防止因灯泡爆炸造成人员伤害。



- 保持办公场所干净整洁，增强办公环境绿化；
- 提供图书角、咖啡角等员工休闲空间，保证员工身心健康。



关键绩效

指标	单位	数值
员工体检覆盖率	%	100
职业病发生人数	人	0
职业病危害因素检测率	%	100
职业病危害因素监测合格率	%	100
工伤人数	人	0
工伤率	%	0
因工伤损失工作日数	日	0
因公死亡人数	人	0
每亿营收因公死亡人数	人/CNY	0
工伤保险人员覆盖率	%	100
安全生产责任险人员覆盖率	%	100

► 社会责任担当

华致酒行在不断发展自身业务的同时，始终把慈善公益和乡村振兴项目作为重要的企业责任和社会使命。公司鼓励员工参与社会公益活动，并将更广泛的努力投入到解决社会需求和挑战中。2025 年公司公益捐赠总金额达 22.37 万元。

和谐社区

华致酒行始终秉承企业发展与履行社会责任和谐共融的理念，在多个运营区域推进社区发展项目，用实际行动践行公益理念，坚持以实际行动肩负企业责任，持续构建生产运营与社区发展的共生网络。

案例：美丽社区，“益”起建设

7月，华致酒行协同北京东花市街道组织一场党支部主题活动日——社区公益大扫除活动，履行社会责任，开展志愿服务。来自公司各部门的10位志愿者走上街头，身着五彩马甲，手持扫帚、夹子等工具，对社区道路白色垃圾、绿化带中藏匿的果皮烟头、卫生死角进行集中清理，扮靓社区，身体力行。



社区公益大扫除活动

社会担当

华致酒行组建志愿者服务队，倡导全员参与、全员行动，鼓励员工积极投入公益活动，以点滴善行汇聚成社会的正能量，传递企业社会责任担当。2025 年，公司开展志愿活动 9 场，参与 36 人次，累计时长 27 小时。



爱心捐赠



关爱老人

案例：爱心公益，真心接力

4月21日，华致酒行志愿服务队，走进北京西城区椿树街道养老服务中心，开展“情暖椿树华致送福”公益活动，为院内老人送去春日里的问候。活动现场，华致公益代表真挚表达了对老年群体的关切，并表示：作为酒类流通行业龙头企业，华致酒行始终相信，商业的成功不应止步于自身发展，更要与社会的进步紧密相连，让“商业向善”的理念真正融入城市血脉。



华致酒行志愿服务队走进养老院送温暖

案例：全国助残日活动

5月15日至22日，“2025全国助残日金羽翼融合艺术节”于北京皇城艺术馆精彩呈现。此次活动由北京市残疾人联合会、中国残疾人事业新闻宣传促进会、中国助残志愿者协会担任指导单位，北京金羽翼公益基金会主办，中央歌剧院歌剧团党支部与中国音乐学院声乐歌剧系党总支联合主办，为残疾人艺术事业发展搭建了重要平台。华致酒行志愿者服务队受邀参与到本次活动中来，于现场认真聆听了金羽翼残障青少年充满情感和高超技巧的声乐表演，同时参观了富有想象和意境的美术作品画展。



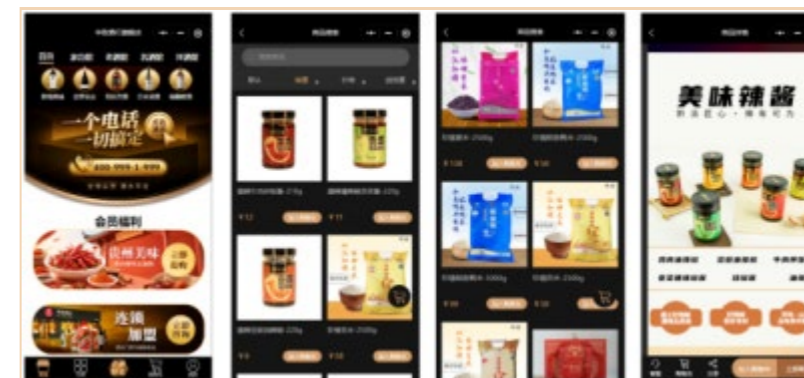
华致酒行志愿服务队积极参与全国助残日活动

乡村振兴

华致酒行自公司创立之初，便将助力农业增收、实现共同富裕视为己任，全力投入推动全国农产品资源的精准高效匹配与多元化对接之中，将更多优质的农产品推向市场，通过消费帮扶的举措，促进产销两端的紧密合作，实现共赢发展。这一系列努力，不仅彰显了我们对于乡村振兴事业的坚定支持，更是我们为实现中国农业现代化与农村繁荣贡献力量的具体实践。未来，我们将继续深化这一使命，不断探索创新模式，为中国乡村振兴事业的蓬勃发展注入新的活力与动能。

案例：数字搭桥，美味助黔

2025年，华致酒行积极践行企业社会责任，于微信小程序开设“贵州美味”专区，以数字化平台为桥梁，将贵州优质特色食品直接推向广大消费者，通过高效的消费帮扶模式，切实助力贵州乡村振兴与产业发展。



数字搭桥，美味助黔



华致酒行
VATS LIQUOR STORE

▶ 报告附录

报告目录		CASS-ESG6.0	GRIStandards
报告前言	关于本报告	P1.1/P1.2/P2.1	102-45/102-46/102-52/105-50/2-1/2-2/2-3
	董事长致辞		
报告综述	走进华致酒行	P3.1/P3.2/P3.3/A2	102-6/102-10
议题重要性评估		G1.3.1/G1.3.2	3-1/3-2/3-3
可持续发展管理		G1.1.1/G1.1.2/G1.1.3/G1.1.4/G1.1.5/ G1.1.6/G1.1.7/G1.1.8/G1.1.9/G1.1.11/ G1.2.3/G1.2.4/G1.3.1/G1.3.2	102-31/102-33/102-40/102-47/103-1/2-14/2-22/2-29/
合规治理 坚守经营 底线	党建引领发展	/	/
	优化公司治理	/	102-18/102-22/102-24/405-1/2-9/2-12/2-13
	加强风险管控	/	102-15
	深耕投关管理	/	/
	践行商业道德	G2.1.1/G2.1.2/G2.1.3/G2.1.7	205-2/205-3/206-1
品质服务 锻造卓越 品牌	可持续供应链	S3.1.1/S3.1.2/S3.1.3/S3.2.1/ S3.1.3/S3.1.4	204-1/308-1/308-2/414-1/414-2/414-3
	产品和服务安全与质量	S3.3.1/S3.3.2/S3.3.3/S3.3.5	416-1/416-2
	品牌营销管理	S3.3.4/S3.3.6	417-1/417-2/417-3

报告目录		CASS-ESG6.0	GRIStandards
品质服务 锻造卓越 品牌	创新驱动发展	S2.1.1/S2.1.2/S2.1.3/S2.1.4/S2.1.5/ S2.1.6/S2.1.9/S2.1.10/S2.1.11/ S2.1.12/S2.1.13	/
	数据安全保护	S3.4.1/S3.4.2/S3.4.3/S3.4.4	418-1
绿色运营 共创低碳 未来	应对气候变化	E1.1.1/E1.1.2/E1.1.3/E1.1.4/E1.1.5/ E1.1.6/E1.1.7/E1.1.8/E1.1.12/E1.1.13/ E1.1.16	201-2/305-1/305-2/305-4/305-5
	守护美好环境	E2.1.1/E2.1.2/E2.1.3/E2.1.5/E2.1.6/ E2.1.7/E2.2.1/E2.2.2/E2.2.3/E2.2.4/ E2.2.5/E2.2.6/E2.2.7/E2.4.1/E2.4.2/ E2.4.3	303-2/303-4/306-1/306-2/306-3/306-4/306-5/305-7/307-1
	资源高效利用	E3.1.1/E3.1.2/E3.1.3/E3.1.4/E3.1.5/ E3.2.1/E3.2.2/E3.2.3/E3.2.4/ E3.3.2/E3.3.3/E3.3.4/E3.3.5	301-1/301-2/302-1/302-2/302-3/302-4/303-3/303-5
责任担当 促进共荣 发展	员工权益保护	S4.1.1/S4.1.2/S4.1.3/S4.1.4/S4.1.6/ S4.1.11	2-7/401-1/405-1/406-1/408-1/409-1
	薪酬福利待遇	S4.1.5	401-2/401-3/405-2
	加强员工沟通	S4.1.8/S4.1.12	407-1
	员工培训发展	S4.3.1/S4.3.2/S4.3.3/S4.3.4/ S4.3.5	404-1/404-2/404-3
	职业健康安全	S4.2.1/S4.2.2/S4.2.3/S4.2.4/ S4.2.5/S4.2.6	403-1/403-3/403-4/403-5/403-6/403-7/403-9/403-10
报告附录	社会责任担当	S1.2.1	415-1
	指标索引	A3	/
	意见反馈	A6	/

▶ 意见反馈

尊敬的读者：

非常感谢您阅读本报告。我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续提高企业 ESG 信息披露水平、推进企业 ESG 管理和实践的重要依据。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

1. 您对我们履行 ESG 的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

2. 您对本报告的总体评价是：

非常好 好 一般 较差 差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

4. 您认为我们在产品责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

5. 您认为我们在环境、安全和职业健康方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

6. 您认为我们在员工责任方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

7. 您认为我们在 ESG 方面做得如何？

非常好 好 一般 较差 差

8. 您对我们履行 ESG 及本报告有何意见和建议？

