



股票简称：五粮液

股票代码：000858

公告编号：2010 / 第 07 号

宜宾五粮液股份有限公司 2009 年度社会责任报告

企业社会责任（Corporate social responsibility, 简称 CSR）是指企业在创造利润、对股东承担法律责任的同时，还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。企业的社会责任要求企业必须超越把利润作为唯一目标的传统理念，强调要在生产过程中对人的价值的关注，强调对消费者、对环境、对社会的贡献。

上市公司社会责任，是指上市公司对国家和社会的全面发展、自然环境和资源，以及股东、债权人、职工、客户、消费者、供应商、社区等利益相关方所应承担的责任。——摘自深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》。

第一部分 综 述

宜宾五粮液股份有限公司（股票简称：五粮液，股票代码：000858），是 1997 年 8 月 19 日经四川省人民政府批准，由四川省宜宾五粮液酒厂独家发起，采取募集方式设立的股份公司。1998 年 3 月，公司在深圳证券交易所上网定价发行人民币普通股 8000 万股，1998 年 4 月 27 日，公司股票在深圳证券交易所上市。

在中华民族悠久酿酒历史文化的浸润下，尤其是经过近二十多年的着力打造，五粮液已经成为全球产能规模最大、生态环境佳、产品质量优、五种粮食发酵、古老与现代完美结合的酿酒基地，成为基业长青的百年品牌。

五粮液作为中国白酒行业的领跑者，全省第一税利大户，五粮液在改革开放的广阔舞台上，凭借品牌的发展力、产品的盈利力和市场占有有力，抢抓机遇，苦练内功，在取得高质量、高效益、高速度发展成就之后，更加注重社会效益，主动履行回报社会的理念，把社会责任作为企业的一项重要战略来做。公司注重以人为本和谐发展，坚持发展成果与员工共享，与投资者、合作伙伴、股东、消费者共享的理念，得到社会广泛赞誉，用实际行动积极践行公司“员工富、企业强、



社会贡献大的世界名牌公司”的共同愿景，这不仅充分体现了五粮液企业愿景与社会责任有机结合，敢于担当的高度社会责任感，更充分体现了五粮液企业发展与员工个人价值追求的完美结合，在实现世界名牌公司远大目标的过程中，追求员工自我价值的实现。

公司核心价值观：为消费者而生而长。

公司愿景：科学发展，构建和谐，员工富、企业强、社会贡献大的世界名牌公司。

公司发展战略：全球配置资源，全球寻找市场，创新求进、永争第一。

公司质量理念：追求卓越，不断超越。

公司质量方针：以最少的成本，提供最具竞争力的产品和服务，及时满足不同区域、不同层面的中高层顾客的需求，让顾客得到最大价值，为员工创造发展的机会。

公司环境方针：节省资源，循环利用，达标减排，环境生态。

一、真诚回馈社会，积极参与公益事业。

作为国有控股上市公司，五粮液一直以践行企业社会责任为己任，积极致力于社会公益事业。2009年，公司全年实现销售收入111.29亿元，同比增长40.29%，实现税利66亿元，同比增长70.22%；五粮液品牌价值攀升至472.06亿元，继续位居全国最有价值品牌第四位，连续15年保持中国食品行业之冠。

公司稳步发展的同时，不忘关注公益事业，在以高品质产品提供消费者之际，也用实际行动回报社会。近年来，公司共为抗洪救灾、对口扶贫、希望工程、公共设施建设、社会办学等社会公益事业捐款捐物逾2亿元；采用派专业人员上门指导、接纳人员委托培训等措施，先后为当地和省内外数十家酿酒企业提供帮助；先后为社会提供了近3万多个劳动就业岗位，为广大知识分子和近万名当地失地农民提供了就业机会和发展舞台；在宜宾市各区县建立酿酒专用粮食产业带，积极支持地方农村建设。2009年，公司继续投入教育和拥军优属等公益事业，捐资90万元援建兴文五粮液希望学校教学综合大楼及学校大门，并与在汶川5.12地震中受灾的龙溪小学结对帮扶困难学生；再次独家赞助2009军民迎新春文艺晚会，组织慰问团队到各大军区开展大规模拥军慰问活动。通过对扶贫对象的持



续扶持，公司扶贫工作荣获 2009 年宜宾市定点扶贫工作一等奖，为构建和谐社会贡献了一份力量。

二、以加大“订单”农业为突破口，推动宜宾农业经济发展。

公司积极贯彻落实省委、市委“要充分发挥粮食转化为五粮液的优势，加强与农业和粮食部门衔接，按照公司的标准组织农业生产，通过‘订单’，将扶持农业产业落到实处，为新农村建设服好务”的指示精神。公司在粮食采购工作中构建了“公司+科技+基地+农户”的完整产业链，以加大“订单”农业为工作突破口，采取切实措施，掌握粮食源头，畅通粮食产、销渠道。通过与宜宾市农业局、粮食局、农发行等部门的通力配合，在全市九县一区相继建立了专用高产籼稻、优质籼稻、纯黄玉米、红粮等 4 个酿酒专用粮食基地，在 43 个镇、乡建立专用粮科技园区示范种植基地 38.6 万亩。2009 年与订单企业签订的“粮食订单购销协议”达 26400 吨，带动九县一区 190 余个村、近 700 个社，共计 11600 多家农户增收 1500 万元，极大地提高了供粮企业开展“订单”工作的积极性。通过实施“订单”农业，不但满足了公司酿酒生产用粮需求，同时促进了宜宾粮食产业的发展和农民持续增收，充分发挥了五粮液龙头企业的作用。

三、狠抓质量管理，“以质兴企”，持续推进品牌质量。

公司长期树立“产品质量安全为本、让顾客放心”，“追求卓越、不断超越”的食品质量安全理念，牢固树立“为消费者而生而长”的核心价值观，视产品质量为企业的生命、员工衣食之来源的理念已形成共识。公司在产品供不应求时仍牢牢严把质量关，坚持以质量赢得市场的信念从未动摇。秉承企业“追求卓越、不断超越”的质量理念，公司把推行质量管理作为品牌战略的突破口，按照现代企业制度管理原则和“全面质量管理”的最新要求，建立起了以原料管理体系、生产管理体系、检测管理体系以及十里酒城规模为保障“三位一体”的独有质量安全保证体系。正是由于公司多年致力建设的这套科学、高效的质量安全保证体系，才确保了五粮液及其系列酒的优良品质，最大程度地保障了消费者利益，满足了消费者需求，也使五粮液拥有持续稳定的质量保证，并获得海内外消费者的极高评价。2009 年，公司在质量管理创新方面获得了以下殊荣：

1、荣获中国质量协会授予的全国实施卓越绩效模式先进企业和先进企业特别奖；



2、荣获四川省质协授予的四川省实施卓越绩效模式先进企业和先进企业特别奖；

3、中国食品工业协会授予 2007—2008 年度“中国食品工业质量效益奖”，继续保持了行业龙头的领先优势；

4、荣获中国产品质量协会授予“中国质量信用建设卓越企业”称号；

5、荣获中国计量测试学会授予“计量诚信优秀企业”称号；

6、作为省内唯一一家荣获了四川省质量技术监督局授予的“2009 年四川省质量管理特别奖”；

7、中国质量协会授予“全国推行全面质量管理 30 周年优秀企业”称号。

四、品牌价值再度提升，保持行业之首。

2009年，公司凭借品牌未来的发展潜力和盈利能力，生产经营继续保持高速增长势头，并获得了越来越高的社会认同，实现了企业形象大幅度提升。一年来，公司先后被评为中国商标组册百强单位、中国食品工业百强企业和14个重点行业的十强企业、中国最具影响力驰名商标、中国最佳地理标志产品；获得了建国60周年华樽杯四川省代表性品牌、建国60周年华樽杯中国白酒品牌价值第一名；被四川省评为工业企业最佳效益10强、最大规模10强；位列“2009全球华商企业500强”金榜、中国企业效益200佳第91名、中国企业500强第200名、中国最大500家企业第158名、中国食品工业重点行业十强企业榜首。在《销售与市场》杂志社和山东卫视联袂打造的“2009年中国营销盛典”上，五粮液荣获“中国企业长青品牌”大奖，五粮液专卖店夺得“中国营销渠道品牌长青奖”桂冠。继“五粮液、五粮春”两个国家驰名商标后，子品牌“五粮醇”商标被认定为中国驰名商标，“尊”商标被认定为四川省著名商标。

第二部分 社会责任履行情况

一、股东和债权人权益保护

（一）不断完善公司治理结构，建立现代企业管理制度。

公司依据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规，进一步清理、修改和完善了内部组织机构、实体制度、程序制度，进一步深化完善公司



治理结构，以中国证监会“立案调查”为契机，进行了八个方面的全面整改，进一步提升公司更加规范运作，使公司股东和债权人的权益进一步依法得到保护。通过收购酒类相关资产和成立酒类销售公司，妥善解决了上市公司历史遗留的大额关联交易问题，为公司持续健康发展提供了强有力支撑。

公司不断健全完善法人治理结构，“三会一层”（股东大会、董事会、监事会和经理层组织）分别行使权力机构、决策机构、监督机构、执行机构职能。股东大会、董事会、监事会、经理层之间形成了权责明确、相互依存、相互协调、相互制衡、相辅相成、各司其责、各负其责的关系，形成了相互配合、各展其能的现代企业管理体制。

董事会对公司负责，对股东负责，董事会决策实行记名投票表决，集体决策，少数服从多数。董事长负责主持董事会会议、检查董事会决议执行落实，对外代表公司。董事根据《公司法》和公司章程所赋予的权利独立发表意见，对自己做出的决策和发表的意见承担责任，忠实于公司，勤勉尽责。

监事会依法检查公司财务，对董事、经理和其他高级管理人员执行公司职务时违反法律、法规或者公司章程的行为进行监督。

经理由董事会聘任，向董事会负责。经理执行董事会决议，负责公司的日常经营管理工作。

（二）规范股东大会的召开，保障股东依法行使权利，积极维护良好的投资者关系。

为规范股东大会的召集、召开、议事，公司制定了《股东大会议事规则》，并适时进行更新、修订。股东大会通知、公告均严格按照法律法规披露召开时间、地点、会议内容等，公开告知广大投资者。公司年度股东大会均选择在公司所在地召开，以便于股东参观和考察公司生产设施，实地了解公司生产经营状况，为其投资决策提供参考。公司以后将根据情况，尽可能地选用现场召开和网络投票相结合方式，方便更多的流通股股东参加股东会议，行使其权利。

公司严格按照有关法律法规、规章和有关业务规则的规定履行信息披露义务。对可能影响股东和投资者投资决策的信息均积极披露。公司公平对待所有投资者，无论机构投资者和个人投资者来访均一视同仁，热情接待。

公司在日常投资者关系管理工作中，除了做好各种法定信息披露、积极开展



投资者信息通道建设工作外，还设立了 3 部投资者咨询沟通电话、证券事务专项电子邮箱，用于解答投资者的各种问题，强化与投资者的互动。在接待国内外投资者来访方面，公司开通了实地调研、信函调研、电话会议沟通等方式，同时还走出去举办投资者见面沟通会，到北京、上海、广州、深圳等地拜访机构投资者，进行特定的专项路演，宣传五粮液公司，宣传五粮液系列酒品牌，通过多种形式让广大投资者尽可能全面的了解公司的生产经营状况，通过大量卓有成效的工作，维护良好的投资者关系管理。

2009年，公司接待国内外基金公司、证券公司、QFII等研究员、分析师的集体调研、投资者见面会、日常零星来访者等合计约1363人次，全年接听投资者来电咨询约6000余次。

2009年度，公司董事会共计公开披露43份法定信息文件，其中：定期报告4份（2008年度报告、2009年第一季度报告、2009年中期报告、2009年第三季度报告）；股东大会、董事会、监事会决议公告计9份；其它各类临时性公告30份。公司所有报告的编制和信息披露，董事会都做到了合法、合规、及时、准确、规范，在法定时间内及时地将公司的生产经营信息告知广大投资者。

（三）经营业绩稳步增长，为国家和股东创造了丰厚的经济效益，积极回报股东和投资者。

公司自1998年3月27日上网公开发行股票，4月27日上市交易，十余年来，公司生产经营取得了较大发展，产品美誉度和消费者忠诚度不断提升，实业不断壮大，经营业绩持续稳步增长，为国家和股东创造了丰厚的经济效益，公司自1998年上市至2009年末，实现应交税金200.34亿元，实际上缴税金190.16亿元。截至2009年12月31日，公司累计分配送红股和公积金转增股本3,475,966,720股（含配股3120万股），分红派现金1,367,609,584元。

（四）董事会工作迈上新台阶，荣获上市公司“金圆桌奖”。

2009年4月11日，第五届（2008）中国上市公司董事会“金圆桌奖”颁奖典礼暨高峰论坛在北京隆重举行，五粮液从近两千家上市公司中脱颖而出，被评为中国上市公司优秀董事会。获得了有“中国财经界奥斯卡”之称的“金圆桌奖”。“金圆桌奖”评选历时近半年，由国内著名公司治理专家组成的评委会提名，各省市上市公司协会打分，分析师和投资机构测评，以及20余万股民的网络投票，



最终产生了新一届的中国上市公司最佳董事会、优秀董事会、最具创新力董秘等奖项。此次获评中国上市公司优秀董事会，对于五粮液来说是一种激励。公司自上市以来，在董事会决策和运作机制、上市公司治理、内控管理以及社会责任等方面取得较好成绩，由此获得了专业机构和广大股东的认可和肯定。

（五）公司财务稳健，资产和资金安全。

公司建立了《资产监督管理制度》、《现金管理制度》、《银行货币资金管理制度》和一系列有关内部控制制度，资金收付均实行签批制度，确保资产和资金安全。同时，强化投资设立管理，加强对投资跨越主营业务的管理，加强高风险投资业务管理。

公司不断强化日常经营的货币资金管理，长期坚持“先款后货”的销售结算制度，坚持主要原辅材料采购“先使用后付费”的结算制度，对日常经营暂时闲置资金与银行签订协议，采用协定存款和定期存款的方式增加利息收入，并每月对定期存单进行监盘，编制盘存记录表，确保资金安全。

公司财务稳健，资产和资金安全，从未出现过为了股东利益而损害债权人利益的情形。

二、职工权益保护

人是最关键、最活跃的因素。员工是推动企业持续发展的中坚力量，人才是保持基业长青的关键。公司始终牢固树立以人为本的理念，积极关注民生，不断改善民生，与员工形成心灵共振。这种共振包括价值观、发展目标与利益的和谐。

（一）依法建立规范的社会保险工作管理体系，实行全员参保。

公司认真贯彻执行《劳动法》和现行的社会保险法律、法规，依法维护企业和职工的合法利益，进一步加强和规范了公司的社会保险管理工作。2009 年，根据省、市劳动保障机构有关文件精神及要求，在巩固员工缴纳养老保险、医疗保险等 5 项社会性保险的基础上，积极与市劳动和社会保障局沟通联系，为困难员工争取到更多优惠政策。公司员工除参加五险一金外，还参加了高额医疗保险，确保全员参保、应保尽保，参保覆盖率达到 100%，为公司构建稳定和谐的劳动关系起到了积极的推动作用。

（二）加强绩效工资管理，充分发挥绩效工资的激励作用。

为充分发挥奖金分配对生产经营的激励作用，确保生产经营目标的顺利实



现，公司制定了《工资管理暂行规定》、《绩效评价及奖金考核办法》，实现了工资管理和收入分配的规范化、制度化，除按时足额发放工资外，绩效工资的计算发放工作做到了“快、准、实”，即核标速度快，定员核实准，发放金额实。公司长期贯彻“优质、高产、低耗、均衡、安全”的生产原则，酿酒车间班组绩效工资按产、质量完成情况核发，产量高、优质品率高则奖金高，反之则低，切实实施不仅按劳分配，而且按有效劳动分配的激励机制。定额工资和绩效奖金挂钩相结合的收入管理模式，有力地调动和促进了员工的工作热情，激发了员工的积极性。公司还制定了《酿酒车间生产管理者能力建设考核办法》、《酿酒车间管理者绩效考核实施细则》，对车间党政工领导的自我培训项目和理论学习、实践学习、践行传统作风三方面提出了明确要求，并按照“实施细则”对管理者半年、年终个人能力提升情况进行综合考评，将考核成绩作为管理者绩效奖惩的必备条件之一。

（三）强化职业培训力度，为员工成长提供发展平台。

2009 年，公司坚持以践行企业核心价值观、弘扬企业精神为重点，加强对员工的教育培训力度，分别对酿酒、检验、尝评、勾兑、制曲、安全、消防、环保、思想政治工作等 17 种岗位的员工进行技能培训，举办各级各类培训班 1860 期，培训员工 33 万余人次，投入培训教育经费逾千万元，为员工岗位成才搭建了宽阔的平台。

同时公司为全面贯彻落实“人才强企”战略，组织了中层管理人员和生产一线员工的大型培训。第一，公司与四川大学工商管理学院联合举办了高级 MBA 精品课程中层管理者特训班。培训班共开设了管理学基础理论、市场营销、战略管理、执行力、人力资源开发与管理、管理沟通、资本运作、企业文化、管理沟通、领导方法与艺术等针对企业经营管理方面适用性较强的 23 门课程，不断提升公司中层管理者的市场意识、创新能力和管理能力；第二，安排酿酒工种员工 1080 名参加酿酒技师、高级技师培训，其中 205 人参加了鉴定。公司还邀请了四川大学教授胡永松，四川省食品发酵研究院高级工程师李大和，国家酒类检查中心和研发中心主任钟杰，国家食品安全管理体系 ISO22000 标准国家级审核员史海林，国家食品工业协会白酒专业委员会专家组成员先后对酿酒基础知识、培菌制曲、白酒酿造、白酒微生物、酒的感官鉴评、白酒包装以及五粮液工艺等酿



造专业知识进行了系统全面的学习。通过培训，提高了酒业一线员工整体酿酒技术水平，为公司优质品率的增长打下了坚实基础。

（四）五大安全管理体系运转有效，成效显著，为员工提供健康、安全的工作环境。

公司始终坚持“科学发展”、“安全发展”的工作思路，坚决贯彻和落实公司“安全第一，预防为主，万无一失”的职业健康安全方针，不断强化公司五大安全体系（技术安全、消防安全、食品质量安全、环境安全、保卫安全）的管理力度，切实做到“‘三个预防’（预防性教育、预防性制度、预防性硬件）常行，安全警钟长鸣，安全奖惩常在”。此外，公司还不断深化安全管理教育，夯实安全工作基础，着力建设企业安全文化，确保了公司持续、健康、安全、快速发展。

2009年，公司职业健康安全管理体系再次通过监督审核，安全生产工作再创佳绩，全年未发生死亡事故、重伤事故、重大经济损失事故、重大厂内交通事故、重大设备事故、一般火灾事故、食品卫生质量安全事故、环境安全事故、重大治安案件、职业病和职业危害事故，全面完成了省、市安全生产监督管理局下达的安全生产目标、指标任务，实现了对广大员工健康、安全的承诺，保持了公司安全生产管理优良记录。公司质量文化、安全文化建设取得突飞猛进的发展，凸显了文化的影响力和渗透力，成为公司一笔宝贵的无形财富。

本年度，企业先后获得国家、省、市政府赋予的“2009年全国安全生产月活动优秀单位”、“中央在川和省属重点企业安全生产工作先进单位”、“四川省安全生产宣传工作先进单位”、“宜宾市安全生产特别嘉奖单位”、“宜宾市特种设备安全管理先进单位”等称号，获得四川省“安全健康和谐家园”安全生产大型文艺汇演活动一等奖、组织奖，获得“宜宾市安全文化建设示范企业”、“出口食品厂、库卫生注册”、“食品卫生许可A级”企业等称号。获得安全奖励国家级3项、省级5项、市级5项，国优QC成果6个，行业、省优QC成果19个，市优QC成果18个等多项荣誉。五粮液消防安全模式成为国家标准《酒厂设计防火规范》主要制定基准，公司安全生产第一责任人被树为安全与生产完美结合的楷模。

（五）建立健全各项管理制度，增强福利保障，提升员工幸福感。

在企业生产经营业绩稳步发展的同时，公司提出了“让员工与公司、与国家同步生存、同步发展，让全体员工都能感受到公司发展变化，享受到公司发展成



果”的科学发展新理念。在工资、劳保、福利、保险、困难救助等方面做了大量惠及每一位员工的实事，使员工生产生活条件和质量显著改善，为企业内部营造了一个和谐的氛围。

公司先后出台了《关于救助困难员工的决定》、修改了《救助困难员工实施细则》等专项文件，建立起关心帮助困难和弱势员工制度，专门设立了特困员工扶助基金，确保每一位遭遇特殊困难的员工家庭吃得起饭，穿得暖衣，看得起病，有地方居住，子女上得起学，并且尽可能有工作可干。这些备受职工群众欢迎的好事、实事，不仅有效地改善了员工工作、生活条件，更有效地为员工解除了后顾之忧，为进一步调动员工积极性、创造性，增强企业的凝聚力、战斗力，对营造企业内部和谐氛围，推进公司和谐建设，进一步提升公司的市场竞争力，都发挥着极其重要作用。

（六）打造独具特色的企业文化，增强员工的认同感和归属感

企业文化建设，是凝聚和激励员工思想的动力之源，也是推动思想政治工作，促进企业稳步向前发展的不竭动力。公司以展示五粮液历史文化为基石，以弘扬企业精神为核心，以创新为动力，以承传五粮液人优良传统为主线，以培养卓越员工队伍为重点，以制度建设为载体，以实现文化力推动生产力为目的，构建独具五粮液特色的企业文化，成为全国企业文化建设的卓越典范。公司在园区建设中创造性地大量运用雕塑艺术、建筑艺术，把先进文化理念倡导、食品安全保障、生活工作环境改善、企业形象塑造和传递有机合起来，对员工起着潜移默化、耳濡目染的熏陶作用。公司以企业文化为载体，创新实施无意识思想工作方法在全国思想政治工作研究会会刊《政工研究动态》上发表，得到全国政研会的高度评价和推广，并被四川省企业管理现代化创新成果审定委员会评审为省级“企业管理现代化创新成果”二等奖。

2009年是建党88周年、新中国成立60周年，也是“五粮液”得名100周年的喜庆之年。为纪念建党88周年活动，公司党委隆重举行了“让党旗在企业飘扬，让党徽在岗位闪光”征文演讲比赛，参赛选手们激情洋溢的演讲，从不同角度抒发了对企业的忠诚挚爱，歌颂了党的丰功伟绩。同时，公司成功举办“庆祝建国60周年暨五粮液得名100周年”两次大型文艺汇演、“电影之歌——五粮液得名100周年大型文艺晚会”，各基层党组织以舞蹈、小品、情景音乐剧等形



式，让广大员工分享了一台创意新颖、艺术感染力强的文化盛宴，也在经销商和社会各界中充分展示了公司浓厚的、独具特色的企业文化底蕴。8 月份，在宜宾市第八届戏剧小品比赛中，公司编排的小品《朝酒圣山》、《酒圣》不仅荣获表演二等奖，还囊括了优秀导演奖、编剧奖、演员奖、组织奖等多个奖项，充分展示了企业风采，有效提升了企业美誉度。同时，党群职能部门还充分利用“三八”、“五一”、“五四”等节庆时机，积极开展篮球比赛、职工才艺大赛、趣味体育运动等一系列文体活动，通过活动凝聚人心，鼓舞士气，也增强了员工的认同感和归属感。

三、供应商、客户和消费者权益保护。

五粮液今天的辉煌，离不开所有供应商、客户、消费者以及社会各界的大力支持和帮助。长期以来，五粮液始终怀着一颗感恩的心，牢固树立“厂商一体，共赢发展”理念，严抓质量感恩消费者，提高运营商盈利水平感恩合作伙伴。五粮液坚持从“共生、共荣、和谐发展、合作共赢”出发，与原辅材料供应商、经销商建立了长期稳定的合作关系。

（一）修订标准，引入竞争，强化产品质量过程监督和测量。

五粮液在全国酒类企业中率先建成了以全面质量管理为中心，具有国际领先水平的白酒生产、质量管理体系和最现代化的白酒检测体系。对原材料采购、原酒分级、陈酿等生产过程和产品质量进行全面、实时的质量监控，确保产品质量安全。2009 年，根据国家粮食标准修订变化和公司大规模生产实际需求，公司对现行的企业标准体系进行了修订，从原辅料、包装材料、半成品酒、成品酒等标准进行了认真清理和补充完善，并对全体检验员进行了新标准的宣贯培训、考核，充分实现公司“以产品质量安全为本，让顾客放心”食品安全方针。五粮液在原辅材料采购上与供应商建立了较长期的协作关系，公司有关职能部门还定期地举行供应商座谈会，听取供应商意见和建议，对提供符合质量要求的供应商，公司按月结算支付货款，保障供应商利益不受损害。2009 年公司按照“没有主渠道不稳，没有多渠道不活”的思想，严格按“公开、公平、公正、诚实信用、比质量、比服务、比价格”的原则，引入竞争机制，通过实地考察、核实、择优选定新增供方单位 10 家，保持了竞争势态。公司不断增强诚信意识，牢固树立“以诚实守信为本、以优质安全为荣”的质量道德观，用实际行动积极响应“百



家食品企业践行道德承诺活动”，在酒类行业惟一两度荣获“最佳诚信企业”称号。

（二）完善对品牌运营商的服务措施，实现厂商共建共赢。

公司长期重视经销商客户的建设，坚持以市场为导向，通过加强区域市场管理力度，深入市场一线，合理化编织营销网络，完善对品牌运营商的服务措施，帮助经销商提升市场运作能力，实现共建共赢。在市场竞争激烈的形势下，公司不断调整营销体系和架构，成立品牌事务部，整合内部管理机制适应市场变化，实现品牌管理专业化和销售渠道的扁平化。同时，对品牌运营商队伍作了进一步优化，整合渠道资源，规范销售商行为，扶持有市场维护和品牌打造能力的经销商，不断优化和完善五粮液系列酒的销售渠道平台。公司 2005 年即提出了“五粮液新型品牌运营商”的概念和标准，建立了全新的五粮液品牌运营商标准和考核体系，构建五粮液品牌运营商平台，逐步引导普通经销商向品牌运营商转变。在总经销品牌的运作上，公司与有理念、有实力、有网络的经销商结成战略合作关系，充分整合总经销商及各级分销商的资源，利用不同品牌的不同市场定位，突出各品牌相应的卖点，精心做终端，做团购，做直销网络，培育各品牌忠实的消费者群体，提高了公司系列酒品牌的市场占有率。

公司践行“厂商一体，共赢发展”理念，每年 12 月 18 日召开经销商大会，对当年经销五粮液系列酒的功臣，对有市场意识、品牌打造意识、和给予公司大力支持的品牌运营商、经销商客户进行表彰奖励，并对他们为五粮液事业做出的贡献进行大力弘扬和宣传。

2007 年，公司成立的“五粮液品牌运营商顾问团”，聘请来自全国各省市的 23 家白酒经销商作为公司运营顾问，旨在加强品牌和渠道建设，此举为白酒行业首创。2009 年，顾问团站在行业高端思考整个白酒产业发展，共同探索如何在当今社会经济发展形势下，应对与化解白酒行业在发展过程中所遭遇的各种威胁和不利因素；顾问团汇集众人智慧，为具有民族特色的中国白酒产业健康发展做出了许多原创性的探索、思考和科学预见，有力地促进了整个白酒产业健康、和谐发展。

（三）坚持“以客户为中心”，增强顾客满意度。

公司长期重视品牌保护工作，努力净化市场，维护消费者权益。公司始终坚



持“以顾客为关注焦点”的质量管理原则，坚持“以最少的成本，提供最具竞争力的产品和服务，及时满足不同区域、不同层面的中高端顾客的需求，让顾客得到最大何何时何地，为员工创造发展的机会”的质量方针，高度重视品牌保护工作，维护顾客忠诚度，努力想客户所想，急客户所急，不仅营销产品，更要营销服务、营销情感，做到客户只需提报经销计划和按照公司要求付款，其余的事情全部由我们办理，同时通过对其销售计划、品种结构等信息的掌握，为经销商提报经销计划提供咨询和建议，规避不必要的风险。公司一直秉承令人完善的、令人满意的售后服务是构成名牌品质重要因素的思路，始终坚持与顾客进行心连心的沟通，心贴心的服务，以优质产品和优质服务赢得消费者的满意和信赖。

经第三方四川用户评价中心测评，2009 年公司顾客满意度指数为 90.21，保持在较高水平，呈逐年上升趋势。公司的广告宣传实事求是，从不夸大其词，从不利用虚假广告、虚假信息来蒙骗、欺诈、误导消费者。多年来，公司打假人员积极主动地配合全国的工商、质检、酒类专卖等执法部门，查假冒酒终端，打假冒酒源头，压制不法分子制、售假冒的嚣张气焰，全力维护消费者权益，为公司健康发展净化市场环境。打假保真，营造良好的营销环境，为公司的产品销售保驾护航，全力维护消费者利益，维护公司形象和品牌形象。在商业往来活动中，公司严守商业道德，保护供应商、客户和消费者的个人信息。

四、环境保护与可持续发展

（一）建立健全环境保护体系，深入贯彻学习环境方针，大力倡导和践行可持续发展。

环境方针是公司环境管理的行动纲领，环境生态是环境管理的最终目标。公司始终坚持“节省资源、循环利用、达标减排、环境生态”的环境方针，积极推行循环经济，倡导生态文明，增强环保意识，严防环境污染事故，确保环境安全。2009 年，公司紧密结合国际国内环境形势，着力普及环保知识的同时，重点加大了环境方针在各岗位的深入贯彻执行力度，使环境方针逐步内化为员工的共识，外化为员工自觉行动。年初，公司在下达生产经营目标任务时，即把环保工作列为其中一项重要内容同时安排布置。公司专门设立有环境保护监督部负责公司环境保护工作，制定整体环境保护措施，指派具体人员负责公司环境保护体系的建立、实施、保持和改进，为环保工作提供了大量的人力、物力以及技术和财



力支持。2009 年，公司一般环境污染事故、较大环境污染事故、重大环境污染事故及特大污染事故均为零，“三废”全部实现达标排放，取得了良好的环境效益、经济效益和社会效益，在中央、省级媒体的多次报道中和各级领导视察后均盛赞五粮液公司无害化、效益化利用的循环经济模式。

（二）深入推进循环经济，提高资源利用效率。

公司从 1995 年就开始提出“三废是放错位置的资源”、“污染治理要讲究经济效益”等先进利废理念，在科学发展观指导下，以科技创新为龙头，强势推进自主创新，大力发展循环经济，实施无害化、资源化、效益化处理工业“三废”。经过多年的不断努力，公司“三废”治理走在了同行业的前列，形成了从粮食购进酿酒，到废弃酒糟最后生产白碳黑的完整循环生产产业链。其具体做法是：将酿酒后的弃糟烘干后作锅炉燃料生产蒸汽，再从燃烧后的灰烬中提取白碳黑，用于橡胶、轮胎填充料；利用酿酒废水生产乳酸、乳酸钙，实现了丢弃酒糟、酿酒废水的资源化利用，固体废弃物零排放，有效消除了污染，彻底改变以往丢弃酒糟二次污染状况。同时，用废弃酒糟烧锅炉，不仅节约了煤炭的使用量，减少了二氧化硫排放量约 8000 吨/年，大大降低了对大气环境的污染，还产生了巨大的社会效益和经济效益，实现了环境保护和经济效益双赢局面。公司以资源综合利用为特色的循环经济模式，得到了专业部门的首肯，被国家六部委确定为全国首批循环经济试点单位。公司植被覆盖率达 41%，成为远近闻名的“花园公司”。2004 年，公司获得了四川省授予的“生态园区”称号，是当时全省唯一获此殊荣的食品生产企业，也是全省产业园区中最大的园区。2009 年，公司以《中华人民共和国循环经济促进法》实施为契机，以环境方针宣贯为中心，把环境宣传教育作为循环经济的重要抓手，推进公司循环经济工作进一步深入发展。为了调动各单位发展循环经济的积极性，在日常环境管理中注重调研循环经济的先进典型，对措施得当、成效显著的循环经济项目予以全公司通报表彰，并予以适当奖励，有效地调动了公司各单位发展循环经济的积极性。

（三）开展全员环境培训，宣传环境保护与可持续发展理念，增强企业可持续发展能力。

公司在员工环境培训教育上采取理论培训、实践指导、专题研讨等多种方式，加强环境保护专业队伍建设，不断提升公司可持续发展能力。2009 年，在环境



宣传教育活动中，除了利用常规的宣传教育工具外，公司还筹划了“我怎样贯彻环境方针”大讨论、书法绘画比赛、演讲比赛、废物利用才艺大赛、废物创意制作比赛、环境保护征文、环境保护知识抢答赛、节能减排“金点子”活动等一系列宣传教育活动，力求在宣传教育方法上不断创新，在追求工作实效上下功夫。使宣传教育活动与生产经营活动相结合，既产生经济效益，又具有良好的宣传教育效果。

（四）不断强化日常环境监督检查考核，促进环境管理体系有效运行

公司加大对在建污染治理设施建设、调试进度和建成污染治理设施运行情况的督查，经常深入基层检查污染源管理情况及污染治理设施运行情况，发现问题及时处理，使污染源得到有效控制，治理设施保持稳定运行。为了及时发现和纠正环境管理体系运行过程中的不符合状态，公司全年共计对基层单位共开展了 259 次检查，发现并督促整改了 217 个问题点，其中环境安全问题点 51 个，污染治理问题点 98 个，循环经济问题点 26 个，建设项目管理问题点 42 个，确保环境管理体系的有效运转。

（五）环境能源管理体系持续推进，精细管理创造效益

通过环境管理体系的不断推进，2009 年公司共完成以减量化、再利用、资源化为目标的改进项目共计 705 个，合计增加效益 1874 万元。废物资源化工作继续深入开展，2009 年四个废水站共处理废水 194 万吨，产生沼气 518 万 m^3 ，全年共利用丢糟 15 万多吨，生产蒸汽 30 万吨、白炭黑 975 吨、乳酸 148 吨，资源综合利用产品实现销售收入 2.35 亿元，利税 0.98 亿元。

在公司组织的“为节能减排献一策”活动中，广大员工踊跃参加，积极为节能减排献计献策，共提出节能减排建议达 11387 条，实施 639 条，年节约资金 1317 万元。2009 年，公司荣获四川省环境和资源综合利用协会先进会员单位称号；集团公司董事长王国春和股份公司副总经理刘友金获中国环境科学学会优秀环境科技实业家称号；公司荣获了宜宾市党政“一把手”环境保护目标责任考核特别奖。

五、公共关系和社会公益事业

多年来，公司勇于承担社会责任，坚持用真情回报社会，以实际行动践行了“科学发展，构建和谐，员工富、企业强、社会贡献大的世界名牌公司”的企业



愿景。近年来，公司在文化领域、教育领域、社会公益事业中积极发挥自身作用，在抗洪救灾、对口扶贫、希望工程、朝霞工程、拥军优属等社会公益事业中回馈社会，做了大量卓越工作，获得了良好的社会效益，用自身的行动诠释了企业社会责任的内涵。

（一）支持公益事业，造福乡梓

公司勇于承担社会责任，一直以真情回报社会为己任。近年来，公司在文化领域、教育领域、社会公益事业中积极发挥自身作用，在抗洪救灾、对口扶贫、希望工程、朝霞工程、拥军等社会公益事业中真情回馈社会，做了大量卓越工作，捐款、捐物达数亿元，获得了良好的社会效益，用自身的行动诠释了企业社会责任的内涵。2009年3月，公司用3万多名员工自发筹集的89万元援建兴文县“五粮液希望学校”，与汶川受灾的龙溪小学结对帮扶，投资援建都江堰外国语学校。公司还继续与宜宾梅硐中心校、屏山县大窝小学、宜宾特殊儿童学校、宜宾鸭池乡越洪村小学、宜宾冒水乡中心校、江北敬老院等单位结对帮扶，捐款捐物。公司希望通过不懈努力，唤起社会各界对公益事业、特别是对教育事业的高度关注，使更多的孩子能在优美舒适的环境中健康地学习成长。再次独家赞助2009军民迎新春文艺晚会、组织慰问团队到各大军区开展大规模慰问活动、冠名“四川省创建绿色频道、频率”活动，积极带动全省文化舆论阵地的绿色化建设。对定点帮扶的屏山县新安镇红丰村开展慰问活动，并划拨5万元支援该村基础建设，修建了方便村民出行的“便民路”。为服务新农村建设，公司积极实施“订单”农业，带动宜宾市九县一区190余个村、近700个社，共计11600多家农户增收1500万元，推动了宜宾农业经济发展，充分发挥了五粮液龙头企业的作用。

2009年，公司扶贫工作荣获市定点扶贫工作一等奖。公司与清华大学签署合作协议，双方决定联手创办“五粮液科技·久久励学基金”，用于支助清华大学经济困难的学生，鼓励学习成绩优秀的学生。为了让“久久基金”不断地发展壮大，五粮液将提供“五粮液·清华大学百年华诞庆典酒”，并组织5家五粮液的核心伙伴参与酒的流通管理，清华学生也将以勤工俭学的方式参与基金的运作，取得的收益将全部用于充实基金，改变了以往的被动模式，由此开创了捐资助学的新模式。公司作为一级防火单位，不仅肩负企业消防安全重任，还长期担当着社会消防安全责任。2009年9月15日至16日，公司专职消防队受宜宾市119



指挥中心紧急调遣，连续两日主战参与宜宾市西郊批发市场火灾爆炸应急救援和现场清理工作，出色完成任务，受到市消防支队、市政府的高度赞扬。

（二）加强正面舆论引导，做好公司生存发展的外部环境。

公共关系也是生产力。公司的生存发展离不开良好的外部环境。面对 2009 年异常不平静的外部舆论压力，公司沉着应对，加强正面舆论导向，有效化解突发事件的负面舆论冲击。公司成功占领了中央电视台“22 时晚间新闻报时广告”、凤凰卫视“时事直通车之头条新闻”等最受关注的电视宣传时段，播放企业形象片和广告片；成功举办了“五粮液得名 100 周年，我和五粮液的故事有奖征文”等大型网络互动活动和军区慰问活动、西博会等 11 项大型社会及行业活动，进一步扩大了公司的影响力。在双拥晚会上，首次将五粮液产品植入小品节目并呈现在党和国家领导人面前，润物无声，效果非常好，五粮液被指定为当晚庆祝宴会专用酒。

我们认为，履行社会责任不仅是企业毋庸置疑、义不容辞的使命，更是一种推动企业成长壮大，推动社会发展进步的伟大力量。五粮液作为“中国酒业大王”，股东、投资者、合作伙伴、社会各界对其关注度越来越高，期望值越来越高，责任光荣而艰巨。在未来的发展征途中，五粮液将继续以科学发展观为指导，始终致力于“为客户创造价值，为股东创造收益，为员工创造未来，为社会创造财富”，进一步完善社会责任管理体系，彰显优秀企业文化的无限魅力，做一个优秀的、负责任的企业公民，为和谐社会建设做出更大的贡献，再谱五粮液灿烂辉煌的新篇章！

宜宾五粮液股份有限公司

2010 年 3 月 19 日