



2011

企业社会责任暨可持续发展报告

Corporate Social Responsibility & Sustainability Report



宜宾五粮液股份有限公司
WULIANGYE YIBIN CO.,LTD.

报告概况

- **报告时间范围：**2011年1月1日-12月31日，考虑到披露事项的连续性和可比性，部分信息的内容适当向前或向后延伸。
- **报告发布周期：**本报告为年度报告，一般在下一年度3月底之前发布。
- **报告组织范围：**宜宾五粮液股份有限公司（以下简称“五粮液”或“公司”，股票代码：000858）及下属机构。
- **报告基本原则：**包容性、实质性、回应性。
- **报告发布情况：**公司于2009年2月、2010年3月、2011年3月，连续三年发布了社会责任报告。
- **报告创新情况：**
 - 1、披露公司社会责任框架体系，确保公司践行企业社会责任更科学、更有力。
 - 2、采用数据对比、图表分析，确保本报告更具可读性、更直观。
 - 3、采用专题形式披露年度重要社会责任事件，确保本报告内容更丰富、全面。
- **报告参照标准：**
 - 深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》
 - 中国社会科学院经济学部CSR研究中心《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR2.0）》
 - Global Reporting Initiative (全球报告倡议组织)的《可持续发展报告指南》
 -
- **报告发布形式及解读：**本报告以电子版和印刷版两种形式发布，欲获取报告电子版，请登录公司官网（<http://www.wuliangye.com.cn>）或巨潮资讯网<http://www.cninfo.com.cn>查询。
若您对本报告有意见或建议，请通过以下方式与我们联系。
联系地址：四川省宜宾市翠屏区岷江西路150号
邮政编码：644007
联系电话：（0831）3567000、3566937、3566858
传真号码：（0831）3555958
电子信箱：000858-wly@sohu.com
- **声明：**本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

WULIANGYE

2011年度企业社会责任暨可持续发展报告
2011 Corporate Social Responsibility & Sustainability Report

CONTENTS | 目录

报告概况	01
董事长致辞	03
公司概况	04
公司愿景及可持续发展战略	09
公司治理	11
利益相关者	15
责任专题	17
以快速发展,服务现代社会建设	24
以优质产品,回报消费者	29
以科技创新,引领行业健康发展	34
以人为本,实现员工全面发展	39
以循环经济,推动可持续发展	46
以公益事业,促进社会和谐发展	51
展望 2012	55
第三方评价	56

董事长致辞



宜宾五粮液股份有限公司董事长 刘中国

2011年，是伟大的中国共产党90华诞，是实施“十二五”规划首战告捷之年，是国民经济更加繁荣、祖国更加强大的一年，也是宜宾五粮液股份有限公司在新一轮西部大开发战略中高位求进、实施大发展极为关键的一年。

2011年，五粮液秉承“追求无止境”的企业精神，认真贯彻落实“提升品牌，优化结构，整合资源”的公司战略。公司坚持党的方针政策不动摇，坚持科学发展速度不放慢，坚持改革创新步伐不懈怠，坚持企业文化建设不放松，坚持五个文明同抓不偏移，坚持履行社会责任不打折扣，各项基础工作全面夯实，综合能力显著增强，圆满实现了“十二五”良好开局；同时，公司社会责任管理与实践取得了新进展、新突破，有效地推进了公司、社会、环境的和谐、可持续发展。

2011年，公司坚持“做精做强超高端品牌与产品，做活做大中价位品牌与产品，做实做稳低端品牌与产品”

思路，确保经营指标高位攀升，职工收入同步增长，有力地保障了股东、员工、品牌运营商、消费者等利益相关方的权益。2011年，公司资产总额达369.06亿元，营业收入达203.51亿元，利润总额达85.00亿元。2009年以来的3年间，公司资产总额平均增长率达到33.05%，营业收入平均增长率达到35.23%，利润总额平均增长率达到35.85%。自1998年上市至2011年12月31日，公司累计上缴税金296.58亿元，累计分配送红股和公积金转增股本34.76亿股(含配股3120万股)，分红派现金30.76亿元。

作为民族品牌的代表，五粮液在企业高速发展的同时，一直不忘主动担负和弘扬企业社会责任。我们深知，五粮液的企业社会责任不仅是慈善、教育和社会公益事业，也包括企业对环境、经济可持续发展的责任，始终坚持兼顾经济效益、社会效益、环境效益的完美融合、和谐统一。2011年，公司的努力得到了社会和公众的高度认可，先后获得“社会责任特别大奖”、“‘熊猫奖’最美丽美酒”、“全国环保优秀品牌企业”、“全国资源综合利用年度影响力企业”等荣誉。

如今，社会责任已成为五粮液发展战略的重要组成部分，是确保公司可持续发展的重要支撑和保障，也是五粮液人一贯的追求和风格、恪守的价值观。作为行业领军企业，五粮液将一如既往的勇担责任，创新进取、追求卓越，强化社会责任管理与实践，努力实现经济效益、社会效益、环境效益的最大化。

刘中国
2012.3.10

公司概况

1.1 公司概况

宜宾五粮液股份有限公司位于“万里长江第一城”——四川宜宾，公司核心产品五粮液是中国名酒，是浓香型白酒的杰出代表。公司凭借不可复制、不可多得的自然生态环境，经过二十多年的不断发展，现已成为产能规模大、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全球最大酿酒生产基地，并被评为“中国酒业大王”。

公司主导产品“五粮液”远销欧洲、美洲、亚洲等100多个国家和地区，在中外消费者中享有很高的声誉。公司是国家500家重点国有企业，国家经贸委确立的1000家重点扶持企业，四川省37家扩张型企业之一，四川省人民政府确定的四川发展食品工业的龙头企业。

公司产品“五粮液”以高粱、大米、糯米、小麦和玉米五种粮食为原料，以“包包曲”为动力，经陈年老窖发酵，长年陈酿，精心勾兑而成，是我国浓香型白酒的典型代

表，具有“香气悠久、味醇厚、入口甘美、入喉净爽、各味谐调、恰到好处，尤以酒味全面而著称”的独特风格，是当今中国白酒类产品中出类拔萃的珍品。

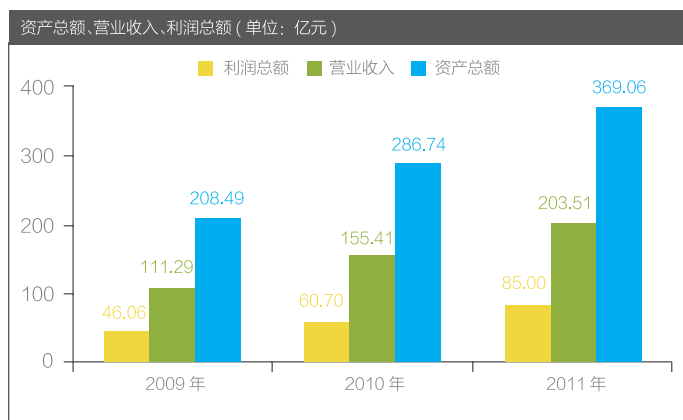
近年来，公司系统研制开发了五粮液、永福酱酒、六和液、五粮春、五粮神、五粮醇、老作坊、京酒等几十个系列酒品牌，以不同种类的产品满足消费者的需求。特别是一帆风顺五粮液、十二生肖五粮液、68度五粮液、五粮液老酒、年份酒、珍藏酒等珍品、精品、豪华、珍藏系列五粮液的面世，其在神、形、韵、味各方面精巧极至的融合，成为追求卓越的典范。公司始终践行“为消费者而生而长”的核心价值观，始终坚持以科学发展观为指导，始终兼顾市场责任、社会责任、环境责任的和谐统一，将发展企业与贡献国家、回报股东、服务社会、造福员工有机结合，关注服务，关注产品质量，以质量和服务赢得市场，积极推进企业、社会、环境的可持续发展。



1.2 公司关键绩效指标

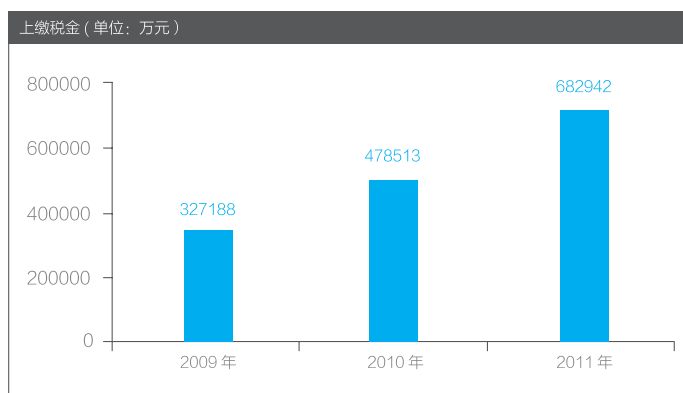
■ 市场绩效关键指标

近三年来，公司持续保持快速发展，资产总额、营业收入、利润总额持续攀升，为履行社会责任奠定良好的经济基础。



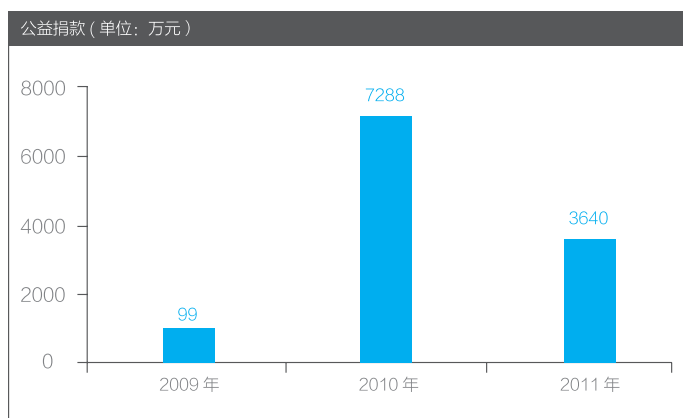
■ 社会绩效关键指标

近三年来，公司累计上缴税金148.86亿元，年均增长率达44.49%，为推动地方经济、社会发展做出了积极贡献。



长期以来，公司以践行企业社会责任为己任，以实际行动向社会展示了作为一家大型国有控股上市公司的政治觉悟和勇担责任的形象。

备注：以上为不完全统计数据，仅统计直接捐款的款项，供参考。2010年，公司与国防大学共同设立“五粮液·国防大学国防教育资金”，并一次性支付首期捐款5000万元，故2010年公益捐款相对高于2011年。

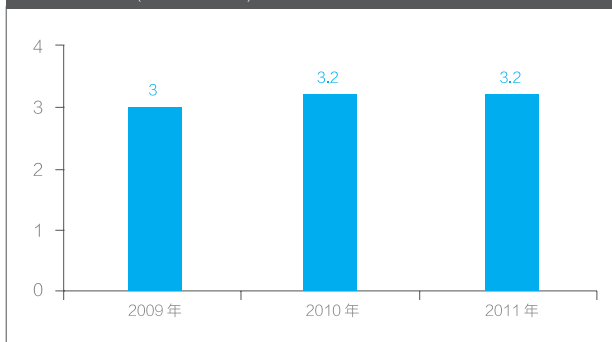


近年来，五粮液在注重经济效益的同时，还关心员工的切身利益，充分保障了员工的合法权益，确保了公司劳动关系的和谐稳定，为公司和谐、可持续发展提供坚实的人才保障。

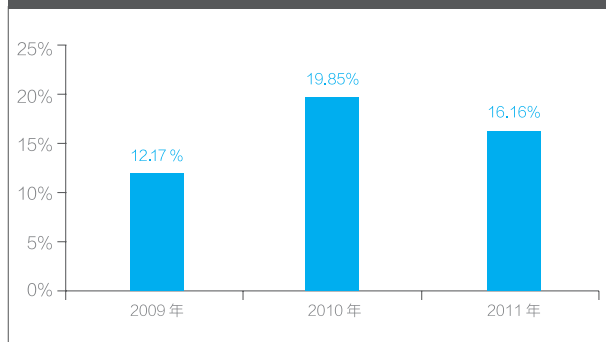
员工合同签订、社会保险等关键指标

项目	2009 年	2010 年	2011 年
劳动合同签订率	100%	100%	100%
社会保险覆盖率	100%	100%	100%
参加工会覆盖率	100%	100%	100%
公司员工流失率	<1%	<1%	<1%

员工人均培训时间（单位：学时 / 月）



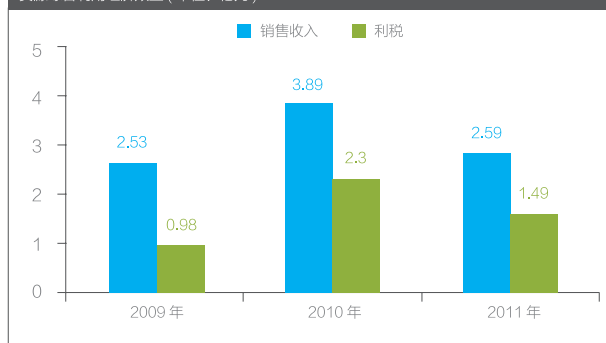
员工人均工资年均增长率



环境绩效关键指标

长期以来，公司在注重经济效益的同时，始终兼顾环境效益的最大化，紧紧围绕依法用能、节能增效、持续发展的能源管理理念，确保吨酒综合能耗始终低于行业平均水平。

资源综合利用经济效益（单位：亿元）



2011 年单位综合能耗（标准煤）情况

单位工业产值综合能耗同比下降率	单位产品综合能耗同比下降率	单位产品综合能耗 占行业规定能耗比例
3.55%	2.75%	64.34%

主要环保、节能减排指标

项目	2009 年	2010 年	2011 年	国家 / 行业标准
噪音	达标	达标	达标	《工业企业厂界噪声标准》 (GB 12349-90)， 昼间≤ 60dB、夜间≤ 50dB
废气	达标	达标	达标	《锅炉大气污染物排放标准》 (GB 3271-2001) 二类区 II 时段规定 SO ₂ ≤ 900mg/m ³
废水	达标	达标	达标	《污水综合排放标准》 (GB 8978-1996) 一级标准 PH6 ~ 9

污染事故发生情况

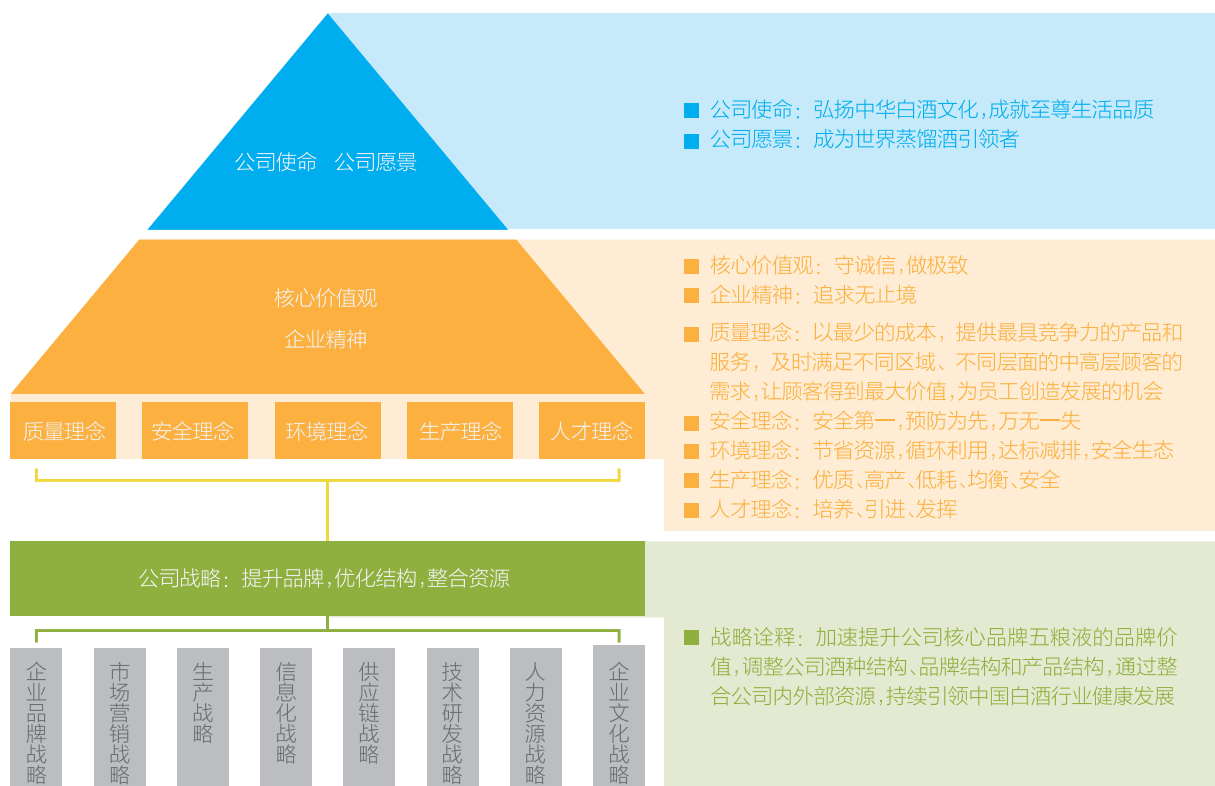
年份	一般环境污染事故 (起)	较大环境污染事故 (起)	重大环境污染事故 (起)	特大污染事故 (起)
2009 年	0	0	0	0
2010 年	0	0	0	0
2011 年	0	0	0	0

1.3 近三年公司履行社会责任所获的主要荣誉

主要荣誉			
序号	时间	奖项名称	领奖单位
1	2011 年	第十一届全国质量奖	中国质量协会
2	2011 年	全国质量工作先进单位	国家质量监督检验检疫总局
3	2011 年	全国环保优秀品牌企业	中国环境报
4	2011 年	2006-2010 年全国法制宣传教育先进单位	中共中央宣传部
5	2011 年	2010 年度白酒制造行业销售十强企业（第一名）	国家统计局工业统计司
6	2011 年	2010 年度白酒制造行业效益十强企业（第一名）	国家统计局工业统计司
7	2011 年	全国安全文化建设示范企业	国家安全生产监督管理总局
8	2011 年	全国售后服务特殊贡献单位	中国商业联合会、中国保护消费者基金会
9	2011 年	2009-2010 年度食品工业科技进步优秀企业八连冠特别荣誉奖	中国食品工业协会
10	2011 年	2010 年度中国轻工业酿酒行业十强企业	中国轻工业联合会、中国酿酒工业协会
11	2011 年	第 6 届亚洲品牌盛典中国品牌价值冠军	亚洲品牌协会
12	2011 年	中国商标金奖	世界知识产权组织、工商行政管理总局
13	2011 年	对口支援灾后重建特殊贡献奖	中共宜宾市委办公室、宜宾市人民政府办公室
14	2010 年	中国食品安全最具社会责任感企业	中国食品安全年会组委会
15	2010 年	全国实施卓越绩效模式先进企业	中国质量协会
16	2010 年	中国酒业“仪狄奖”社会责任奖	中国酿酒工业协会
17	2010 年	世界低碳环境中国推动力 100 强	第三届世界环保大会组委会、国际节能环保协会
18	2010 年	五粮液牌白酒荣列 2009 年全国市场同类产品销售额第一名	中国行业企业信息发布中心
19	2009 年	全国实施卓越绩效模式先进企业特别奖	中国质量协会
20	2009 年	栋梁工程突出贡献单位	四川省扶贫基金栋梁工程分会、四川省扶贫基金会

公司愿景及可持续发展战略

2.1 公司愿景



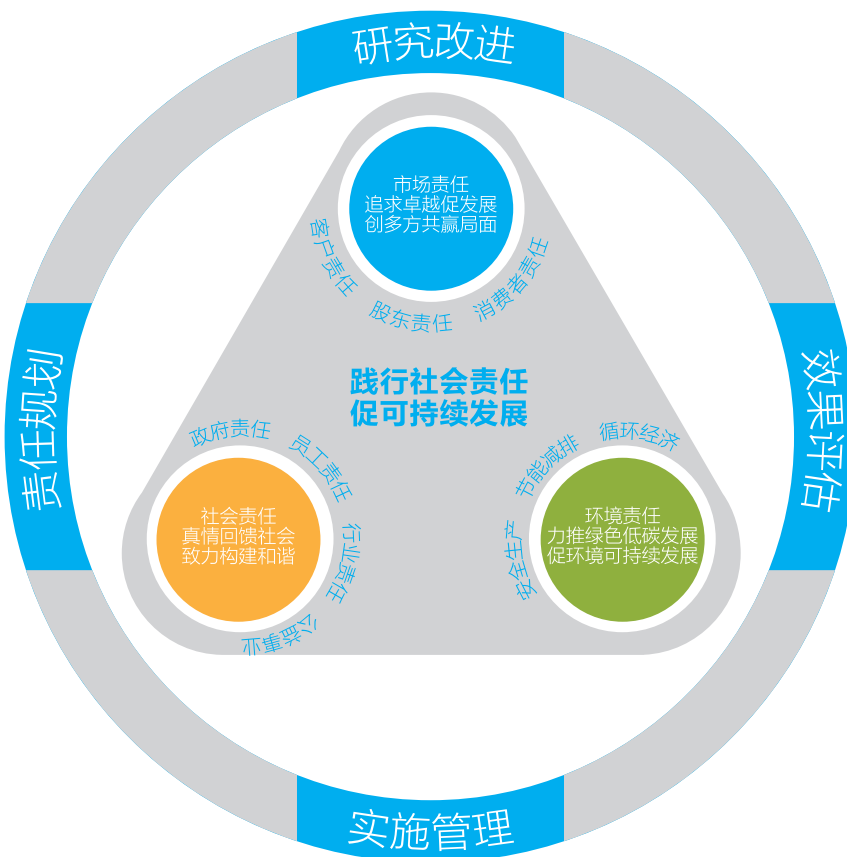
目前，五粮液围绕公司战略形成八大核心职能战略，其中企业文化战略涵盖企业文化建设、可持续发展

战略等相关内容，着力提升企业软实力，构建企业核心竞争力。

2.2 可持续发展战略

五粮液始终秉承追求无止境的企业精神，通过提升核心价值品牌，整合公司内外部资源，致力成为世界蒸馏酒引领者，争做企业强、员工富、社会贡献大的全球知名公

司，引领行业健康发展，并将“经济效益、社会效益、环境效益的最大化”作为可持续发展战略的目标，提出“践行社会责任，促可持续发展”的可持续发展战略。



公司治理

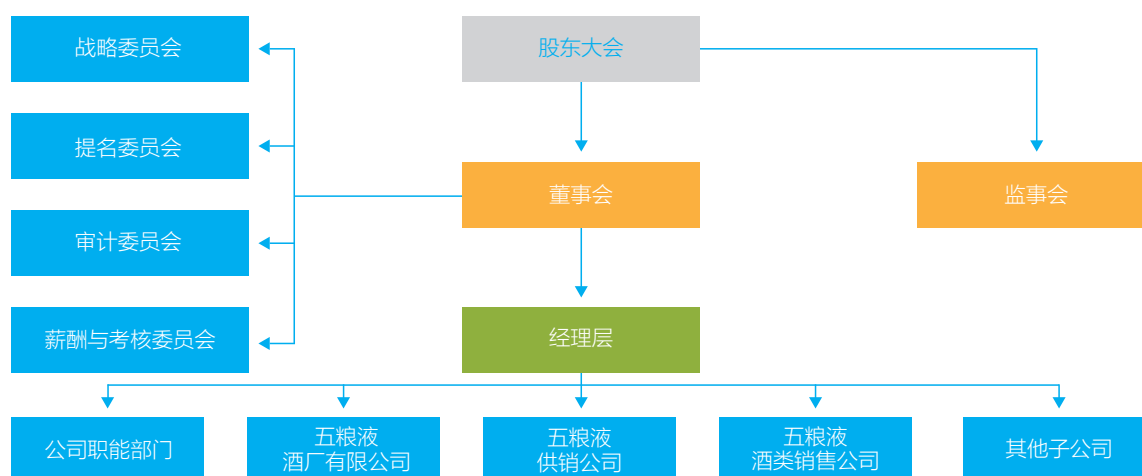
3.1 公司内部控制组织架构

公司严格按照《公司法》、《证券法》和中国证监会有关上市公司的法律法规要求，不断完善和规范公司内部控制组织架构，确保公司股东大会、董事会、监事会等机构的规范运作，提高公司科学决策、防范风险能力和高效运营，以维护和保障股东、客户、员工及社会等利益相关方的利益，促进公司可持续发展。

目前，五粮液内部控制架构由股东大会、董事会、监

事会和经理层组成，分别行使权力机构、决策机构、监督机构和执行机构的职能。公司董事会、监事会共同对股东大会负责，经理层对董事会负责。

公司董事会下设了战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会。股东大会、董事会、监事会之间形成了权责明确，相互制衡、相互协调、相辅相成的关系。



3.2 董事会董事情况

公司现任董事会为第四届董事会，由10名董事组成。五粮液公司内部人员董事4名，宜宾市国资公司派任董事1名，独立董事5名。

第四届董事会董事相关情况表				
序号	姓名	性别	任职情况	董事任期
1	刘中国	男	2011年11月16日起任董事、董事长	2011年11月 - 至今
2	唐桥	男	2011年1-11月任董事长，现任董事	2007年6月 - 至今
3	陈林	女	董事、总经理、总工程师	2007年6月 - 至今
4	郑晚宾	男	董事、副总经理、财务总监	2007年6月 - 至今
5	余铭书	男	宜宾市国资公司派任董事	2008年3月 - 至今
6	张小南	男	独立董事	2007年6月 - 至今
7	郭元晞	男	独立董事	2007年6月 - 至今
8	彭韶兵	男	独立董事	2007年9月 - 至今
9	周友苏	男	独立董事	2008年3月 - 至今
10	左卫民	男	独立董事	2008年3月 - 至今

备注：上述仅为简要情况，详见《宜宾五粮液股份有限公司2011年度报告》。

3.3 监事会监事情况

第四届监事会监事相关情况表				
序号	姓名	性别	任职情况	董事任期
1	龙文举	男	监事会主席	2007年6月 - 至今
2	任仕铭	男	监事	2007年6月 - 至今
3	邱萍	女	监事	2007年6月 - 至今
4	范国琼	女	职工代表监事	2007年6月 - 至今
5	李启彬	男	职工代表监事	2007年6月 - 至今

备注：上述仅为简要情况，详见《宜宾五粮液股份有限公司2011年度报告》。

3.4 2011 年五粮液公司治理进展

10强

2011年6月，由《理财周报》主办的“2011中国上市公司最佳董事会价值管理论坛”在深圳福田香格里拉大酒店举行。五粮液获评“2011中国主板上市公司最佳董事会10强”。

2011年12月，《投资者报》再次面向资本市场发起问卷调查，评选2011年“最受尊敬上市公司”。继2010年获得该称号后，2011年五粮液再度入选，并由第15名上升为14名。

14名

2011 年公司治理工作进展

合法合规

在生产经营中按照《公司法》和《公司章程》以及国家有关上市公司的法律法规依法运作，生产经营的决策程序合法、合规，维护了全体股东的利益，接受政府和社会公众的监督。

强化事前法律监督，加强协作，理顺关系，规范企业运作；
加强人员队伍建设，提高法律工作水平；竭力维护企业合法权益。

内部控制

按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规规定，公司形成了以 26 个制度为主体的内部管理规范化运作制度体系，在生产经营过程中充分发挥了内部控制作用。

建立健全了较为完备的生产经营控制、质量保障控制、安全生产控制、财务管理控制、信息披露控制等内部控制制度，并认真贯彻落实。

审计

全面推进审计工作制度化、规范化、标准化建设工作，建立了董事会审计委员会的相关工作制度《审计委员会实施细则》。

突出“领导干部离任与董事会审批的投资项目”两项必审，加强“内控评审”、“经济效益审计”、“专项审计”等五个重点审计方向。

纪检监察

落实“双廉”责任；进一步健全纪检监察制度体系，推进制度反腐；
加强纪检监察队伍建设，提升履职能力。

坚持日常教育不断深入，开展“宣传月”活动，丰富廉洁文化内涵；
坚持任职廉洁谈话，引导树立正确的权利意识。

认真落实抓源头、抓关键、抓惩处，强化反腐倡廉建设，完善制度和监督工作。

公平竞争

倡导公平竞争，反对市场垄断行为，严格遵守国家有关反垄断、反不正当竞争的法律法规。

恪守诚信经营、公平竞争原则，尊重消费者、竞争伙伴、合作伙伴等利益相关方的权益，尊重知识产权。

利益相关者

与利益相关方富有成效的沟通交流，以得到利益相关方的理解、认同和支持是公司可持续发展的基础。与利益

相关方的及时沟通有助于公司辨识风险、完善公司管理，降低风险发生的可能性。

利益相关者	期望	沟通机制	回应措施及成效
政府	遵纪守法，依法纳税； 国有资产增值保值； 带动地方经济发展；	法规、政策发布； 专题汇报和拜访；	遵守国家政策；依法诚信经营；主动纳税； 接受监管考核；完善治理结构；及时准确信息披露； 提供就业机会，促进当地经济发展；
股东、债权人	稳健运营； 信息披露真实、准确、及时； 提供合理的收益回报；	股东大会；信息披露； 投资者交流会；研讨会； 日常沟通；	保障股东依法行使权利；提高投资者的认可度和投资信心； 保持良好的信用等级；保证股东应占利润和股息、债息的派发；
社区与非政府组织	社区公共事业； 扶贫济困； 节能减排，环境保护； 创造就业机会；	社区调查，了解社区需求； 社区教育与宣传； 开展公益活动； 志愿者活动；	志愿者服务，支持教育事业；重视循环经济，建设花园式工厂； 发展订单农业，带动当地三农发展；为社会创造更多就业岗位； 积极开展公益慈善活动，为社区和谐发展做贡献；
消费者	提供安全的、 高品质产品和服务； 良好的售后服务； 准确快速的投诉处理；	投诉热线；消费者调查； 打假热线；	持续的产品创新，丰富产品线； 提升质量管理水平，确保产品质量安全； 严厉打击假冒伪劣，净化市场；顾客满意度指数持续上升；
供应商	采购公平、公正、公开； 诚实守信，履行约定；	供应商座谈会；实地考察； 交流谈判；招标会议；	与供应商建立较长期的协作关系；供应商满意度较高； 引入竞争机制，维护双方利益；维持较低的采购成本；
经销商及其他商业伙伴	和谐发展、 合作共赢；	日常会议与交流； 合同谈判、文件函电； 品牌运营商共建共赢大会； 品牌运营商顾问团会议；	不断调整营销体系和架构，实现品牌管理专业化和销售渠道的扁平化； 不断优化和完善销售渠道平台；战略合作，提高产品市场占有率； 促进整个白酒产业健康、和谐发展；
员工	合法权益得到保障； 合理的薪酬激励； 员工健康与安全； 职业发展；	三级培训，员工终身教育体系； 职工信访接待； 员工思想动态信息 收集分析处理； 加强企业文化建设；	不断改善并提高员工生产生活条件和质量； 确保公司劳动关系的和谐稳定； 加强绩效工资管理，激发员工的积极性； 实施“人才强企”战略，促进员工个人发展； 员工满意度高；员工流失率低；
工会	关心员工；民主管理； 企务公开；	职工代表大会；基层工会组织；	加强交流，改进民主管理；构建和谐企业；
媒体	及时的信息披露； 良好的媒体关系；	现场采访； 新闻发布； 媒体见面会； 媒体拜访与交流；	与全国主流媒体保持较好的关系； 维持较好的舆论环境；有效维护和提升公司的美誉度；

投资者调研

1660 人次

参加共建共赢大会

1500 余人

世界华文媒体联盟成员

30 家



五粮液·瞬间

多渠道增强投资者的信心

2011年，公司总共接待了45批次共计1660位投资者的实地调研和沟通交流活动，接听投资者来电咨询3000余次。公司在成都和深圳举办了两次“五粮液投资者沟通交流会”。董事会秘书及证券事务代表也多次应邀出席和参加了在北京、上海、深圳、广州、昆明等地的投资者沟通会、研讨会等。通过一系列的“迎进来”和“走出去”活动，使众多投资者进一步加深了对公司的了解，提高了投资者的认可度和投资信心。



五粮液·瞬间

共建共赢，厂商共商发展大局

公司践行“厂商一体，共赢发展”理念，每年12月18日召开厂商共建共赢大会，对当年经销五粮液系列酒的经销商功臣，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。2011年12月18日，来自全国各地的品牌运营商、行业专家、投资者等1500余人共聚一堂，共商发展大计。



五粮液·瞬间

世界华文媒体走进五粮液，让中国白酒文化传播世界

2011年5月11日，由中国新闻社、世界华文媒体联盟组织的美国《侨声报》、《亚省时报》、《中美邮报》、加拿大《加中时报》、日本《西日本侨报》、澳大利亚《澳大利亚时报》等30家世界华文媒体联盟成员代表走进五粮液，共同见证五粮液快速发展取得的辉煌成就，并在世界范围内传播五粮液文化。



责任专题

在本报告中，首次采用专题形式对2011年重要社会责任事件进行披露，以让公众更加深入、详细地了解公司在践行企业社会责任、促和谐可持续发展方面的工作情况。

5.1 不断追求卓越，再获全国质量奖



自上世纪八十年代推行全面质量管理以来，五粮液通过不断引入和推行新的管理手段和方法，推动各项管理工作和生产经营实现了卓有成效的发展。早在1981年，五粮液就开始推行全面质量管理，自1988年五粮液酒获得我国第一张产品认证证书以来，公司质量管理体系又相继通过中国方圆委质量认证和法国国际质量检验局BVQI国际质量认证，走在全国同行业前列，1990年荣获“国家质量管

理奖”。2000年，五粮液在此基础上开始贯彻卓越绩效管理，并于2003年获得“全国质量管理奖”。

2011年初，五粮液取得再次申报全国质量奖的资格。经过资格审查、资料评审、现场评审、最终审定等过程，五粮液在不断超越自我，追求卓越绩效、发展循环经济、创新等方面所做的社会贡献得到了评审专家组一致好评，最终全票通过专家组评审，再度摘取“全国质量奖”。

唯一 **3** 度问鼎质量管理最高荣誉的白酒企业

10月21日，主题为“践行科学方法，成就卓越之路”的第十一届全国追求卓越大会在北京召开。会上，主办方隆重举行了第十一届（2011年）全国质量奖颁奖仪式。五粮液再度获得本届“全国质量奖”，成为白酒行业唯一三度问鼎质量管理最高荣誉的企业。

目前，全国质量奖是我国质量领域的最高奖项，其评审标准采用的是《卓越绩效评价准则》国家标准，注重组织从领导作用、战略策划、顾客和市场调查、人力资源管理、过程管理，直至售后服务的系统控制，强调战略、绩效结果和社会责任。

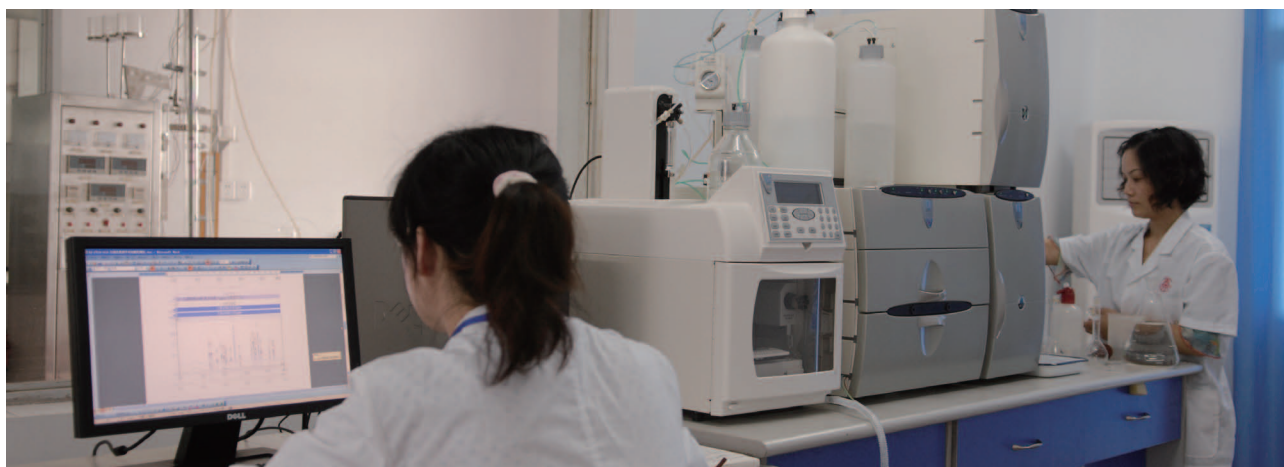
为适应经济社会发展的形势，服务于“十二五”期间经济结构调整、发展方式转变的需要，本届全国质量奖评审在继续坚



持标准评定的基础上，特别关注企业在发展循环经济、节能环保以及创新等方面的表现。

卓越绩效模式跳出了单一的狭隘的产品质量概念，是企业的经营质量，是大质量的概念。通过推行卓越绩效模式，公司的发展战略、经营理念、使命和愿景等更加明确，过程管理更趋规范，大质量观更加深入全体员工心中，这也是五粮液能够保持持续高速发展的重要原因之一。

如今，追求卓越已经渗透到每一个五粮液人骨子中，流淌在每一个五粮液人的心中。它不仅仅被五粮液视为“从卓越到卓越，保持基业常青”的不二法宝，更是一种惯性，一种文化，一种责任，是推动公司持续高速发展的驱动力。



5.2 捐建玉树希望小学，积极回报社会

新建学校规划占地面积 **27.3** 亩

捐资 **2500** 万元

2011年4月28日，由五粮液公司捐资2500万元建设的“五粮液玉树县结古希望小学”正式开工。五粮液公司和玉树县共同努力致力于建成玉树灾后重建学校中具有鲜明特色和亮点的学校。

2010年4月14日，玉树县境内发生里氏7.1级强烈地震，给玉树县境内63所学校造成严重破坏，广大师生伤亡重大，学校财产损失严重。五粮液公司了解到灾区校园重建需要支援，2010年6月24日，与青海省教育厅副厅长他扎西、玉树县人民政府副县长白玛求吉、玉树县教育局李海贤达成捐建寄宿制小学意向。

新建学校规划占地面积27.3亩（181777m²），总建

筑面积10790m²，可容纳36个教学班，学生1450人。新学校还设有音乐、美术、科学、计算机、多媒体、远程教育、图书室、心理咨询师等教室、设施，新校园建成后，将会为该校师生提供一个环境优美、功能齐全的教学环境，该校教学设施的软硬件水平也将实现质的飞跃。

百年大计，教育为本。教育是民族振兴、社会进步的基石，是提高国民素质、促进人的全面发展的根本途径，寄托着亿万家庭对美好生活的期盼。五粮液希望小学承载着五粮液对祖国下一代的关心和爱心，希望通过提供良好的教学环境，给孩子们一个美好的未来，为中华民族伟大复兴和人类文明进步作出贡献。





玉树县委副书记白玛求吉向五粮液公司赠送一面锦旗，代表玉树人民感谢五粮液的善举，并表示一定不辜负祖国和同胞的关爱，将玉树建设的更好！



“我们会付出百倍千倍的努力，去培养更多的对祖国对社会有用的人才，不会辜负五粮液对我们学生的期盼。”—— 玉树县结古希望小学老师



5.3 捐赠生态文明促进基金，促进可持续发展



第1家捐赠生态文明促进基金的中国企业

捐赠 1000 万元



2011年11月24日，“宜宾五粮液股份有限公司捐赠生态文明促进基金签约仪式”在北京人民大会堂举行，五粮液向中国生态文明研究与促进会生态文明促进基金捐款1000万元，成为捐赠生态文明促进基金的第一家企业。

通过此次捐赠，五粮液支持中国生态文明研究与促进会开展生态文明课题研究和宣传教育培训活动，加强重点地区、社区、行业、企业生态文明建设试点示范，以及生

物多样性保护等促进生态文明建设相关领域工作，以此推动我国生态文明建设。

良好的生态环境是宜宾最大的优势、最大的财富和最大的品牌。宜宾独特的气候、水源、土壤“三位一体”的自然生态条件为五粮液可持续发展提供了坚实基础。五粮液的成功经验有力证明了企业在从事生产经营过程中，完全可以做到反哺生态文明建设，实现企业发展和生态文明建设的有机结合、相互促进。

以快速发展，服务现代社会建设

- 业绩稳步增长，创造良好经济效益
- 提升中国白酒文化的全球影响力



以快速发展，服务现代社会建设

宜宾市委、市政府已做出战略部署，将白酒产业作为“一号产业”，积极推进“中国白酒金三角”核心区建设，计划在“十二五”期间实现“千亿白酒产业集群”目标。作为“中国酒业大王”，以及宜宾白酒乃至宜宾工业企业中当之无愧的“龙头”，五粮液在推动地方经济和社会发展、文明进步、构建和谐社区等方面发挥着举足轻重的作用。

6.1 业绩稳步增长，创造良好经济效益

五粮液勇当“中国白酒金三角”龙头，积极推进“提升品牌，优化结构，整合资源”公司战略，2011年公司保持持续高速增长势头，形成了核心产品“量价齐升”、系列酒销量大幅度增长的良好格局，为实现“十二五”目标

奠定良好的开端。2011年，五粮液酒业销售收入首次突破200亿元大关；五粮液品牌价值持续攀升，首次跃居“中国最有价值品牌100榜”前三强，连续17年稳居食品行业首位。

五粮液品牌价值

586.26 亿元

五粮春品牌价值

76.30 亿元

五粮醇品牌价值

59.16 亿元



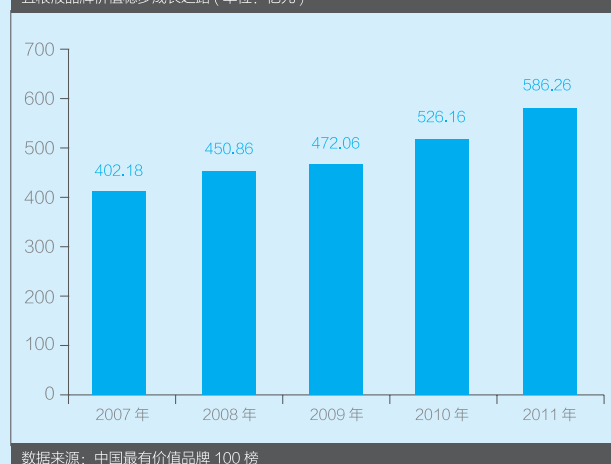
五粮液·瞬间

五粮液跃居“中国最有价值品牌100榜”前三强

2011年9月9日，“第17届(2011年)中国最有价值品牌100榜”在南京揭晓，五粮液以586.26亿元的品牌价值位居该榜单第三位。较2010年的526.16亿元增长了60.1亿元，增幅高达11.4%，综合排名上升一位，连续17年位居该榜单食品行业榜首位置。

公司旗下的五粮春、五粮醇分别以76.30亿元、59.16亿元的品牌价值位居第38位和第45位，品牌价值和排名较2010年均有提升。

五粮液品牌价值稳步成长之路（单位：亿元）



■ 为国家和股东创造良好经济效益

自1998年上市至2011年12月31日,公司累计上缴税金296.58亿元,平均每年占宜宾市财政总收入约30% (未含五粮液集团公司)。2011年,公司上缴税金68.29亿元,并解决当地人员的就业问题,为宜宾市的经济、社会发展、构建和谐社区做出了积极贡献。

良好的业绩和发展势头,使得五粮液在资本市场一直保持着良好表现。截至2011年12月31日,公司累计分配送红股和公积金转增股本34.76亿股(含配股3,120万股),分红派现金30.76亿元。

■ 保障品牌运营商、供应商的权益

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,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,着力提高品牌运营商盈利水平,实现共建共赢。每年12月18日,公司都召开“厂商共建共赢大会”,对表现突出的品牌运营商进行表彰奖励,并共商发展大计。

2011年,五粮液严格按照“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,并通过实地考察、择优选定新增原料供方单位11家,保持竞争势态,维护双方利益。公司有关职能部门不定期地召集供应商举行供应商座谈会,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。



五粮液·瞬间
把五粮醇当作事业来做

在宁夏这个仅有600多万常住人口的城市,五粮醇创造了2011年销量较2010年增长近100%的奇迹。

“我们卖掉了自己的枸杞酒厂,把五粮醇当作事业来做,专注地做这一个事。我们的信心来源于公司好的领导、好的思想和好的方法。”五粮醇宁夏品牌运营商——宁夏梦庄园酒业总经理陈宁介绍说,“五粮醇是五粮液公司核心产品之一,形成了平台商销售下的一整套精细化的品牌运作模式,对每一步的工作都做了具体安排。”



发展订单农业，促农业经济发展

目前，五粮液已构建了“公司+科技+基地+农户”的完整产业链，一方面满足公司酿酒生产用粮需求，另一方面

充分发挥了五粮液龙头企业的作用，促进宜宾粮食产业的发展和农民持续增收。

“订单农业”带动 **160000** 户农户增收

“订单农业”推动农户共计增收 **2280** 万元



五粮液·瞬间
五粮液大力发展“订单农业”

2011年，公司与订单企业签订的“粮食订单购销协议”达4.5万吨，带动九县一区190余个村、近700个社，共计16万户农户增收2280万元，极大地提高了供粮企业开展“订单”工作的积极性。



6.2 提升中国白酒文化的全球影响力

白酒，是中国独有的、不可复制的，是中华文明最鲜活的载体。五粮液在生产经营过程中，始终坚持传承和弘扬中国传统文化和中国白酒文化，引领中国白酒行业“走向国门，走向世界”。

2011年，五粮液“世界名酒”战略再提速，加快海外布局和拓展步伐。在国际化进程中，始终坚持以弘扬中国传统文化以及白酒文化为己任，着力提升中国白酒的国际影响力。



五粮液·瞬间

五粮液走进美国纽约时报广场

美国东部时间2011年8月1日上午，五粮液的形象宣传片正式亮相美国纽约时报广场“中国屏”。这是中国白酒行业，乃至中国第一家企业在有着“世界十字路口”之称的国际广告舞台上宣传企业与品牌形象。



五粮液·瞬间

五粮液惊艳亮相首尔

2011年5月，五粮液再次惊艳亮相首尔，携旗下封坛酒、五粮液、六和液、五粮春等全线产品参展“2011年第九届韩国首尔国际酒类展览会”，并于18日晚举行了“世界名酒五粮液·相约首尔”品鉴会。

乐天酒类株式会社、韩国酒类进口协会总裁团，朝鲜日报、中央日报、KBS、MBC等韩国媒体代表等近200人参加此次品鉴会。



以优质产品，回报消费者

- 以质量为生命，为消费者而生而长
- 坚持“以客户为中心”，增强顾客满意度



以优质产品，回报消费者

“十二五”期间，五粮液继续推进全面质量管理，以全员参与为基础持续提升产品质量、服务质量和经营质量，着力提供最具竞争力的产品和服务，及时满足不同区域、不同层面的顾客需求，让顾客得到最大价值。

7.1 以质量为生命，为消费者而生而长

2011年，五粮液在质量管理中，以质量目标考核为主线、过程监督管理为重点，通过加强诚信建设、标准建设、制度建设、强化监督、提升检测水平等新举措，出厂产品100%合格，以优质产品回报消费者。同时，通过争创全国质量奖，全面提升公司整体实力，引导公司不断追求卓越，公司生产经营管理绩效得到大幅提高。

出厂产品

100% 合格



■ 深入贯彻实施《中华人民共和国食品安全法》

2011年，公司对食品安全法进行广泛、深入的宣教，引导员工踏踏实实地践行食品安全职业道德，并先后展开了食品生产企业践行道德承诺、落实食品生产企业质量安

全主体责任等活动，从产品设计、生产制造、售后服务等方面大力开展自查，并将自查工作制度化、常态化，建立了落实质量安全主体责任长效机制。

■不断完善产品质量管理体系, 夯实管理基础

五粮液按照现代企业制度管理原则和ISO9001、ISO22000、ISO10012、ISO17025等最新版标准, 建立起了质量管理体系、食品安全管理体系、测量管理体系、实验室质量管理体系, 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。2011年, 公司进一步修订完善了《食品安全管理规定及考核办法》、《生产过程食品质量安全管理规定》、《原酒管

理制度》等制度, 强化过程控制, 确保产品质量安全。公司还对8个操作性前提方案进行全面修订, 使《生产用水的安全》、《食品接触面卫生》、《交叉污染控制措施》、《卫生设施的管理》、《防止外来污染物的污染》、《危险化学品的标识、储存和使用》、《接触食品员工健康管理与卫生规范》、《虫害和鼠害防治措施》等更具可操作性。

■突出预防理念, 强化产品质量过程控制

五粮液将预防性的控制作为食品质量安全管理的重点, 突出预防理念, 结合食品安全要求, 相关单位认真落实食品质量安全职责。无论从酒体设计到包装材料的材质、结构, 还是对原辅料、包装材料、半成品及成品酒的管理, 都严格按照国家法律、法规和公司食品质量

安全的要求进行管理, 强化产品质量过程控制。五粮液出品的每一款产品, 从原材料进厂到成品酒出厂, 一共要经过原料入库检验、糟醅出入窖检验、成品酒卫生指标检验等36道防线的严格检测和控制, 确保出厂产品100%合格。



▣ 加大软硬件投入，全面提升检测能力

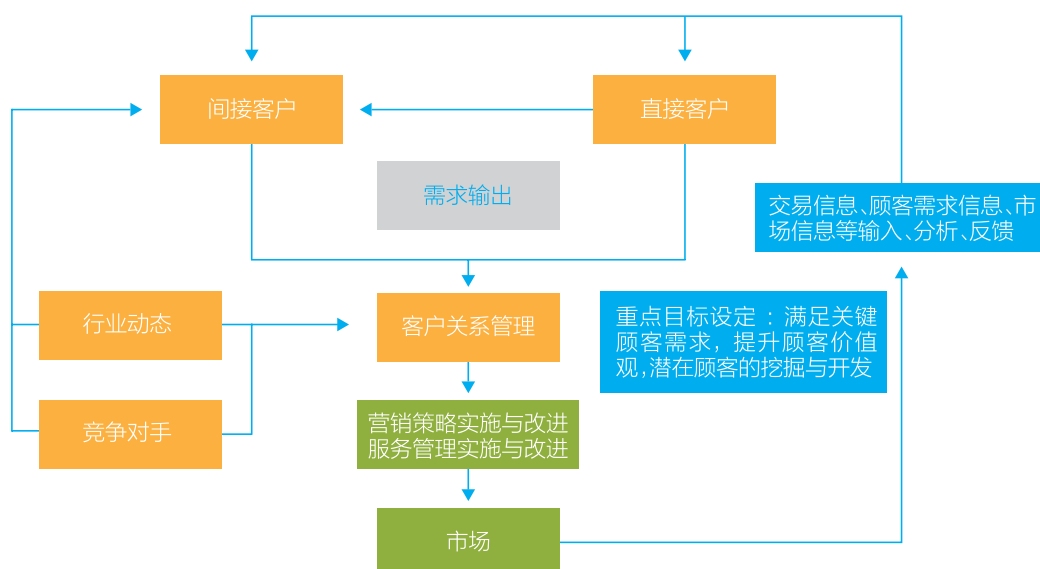
2010年至2011年间，分别从四川大学、四川农业大学等高校引进化学、生物工程、微生物学、农产品贮藏与加工等专业硕士研究生、大学本科生20余名，提升了质量检测队伍整体水平。2011年，公司在原有分析设备的基础上，新增多台套三重四极杆液质联用仪、原子吸收光

谱仪、近红外光谱仪、自动滴定仪、液体比重计等检测设备，以全面提升公司整个生产过程的检测能力和掌控能力。同时，公司大力实施实验室质量管理体系建设，2011年公司在“CNAS-PT01-001白酒分析”能力验证中获得满意结果。

7.2 坚持“以客户为中心”，增强顾客满意度

创造顾客价值的能力是公司核心竞争能力，是公司的战略出发点。公司坚持四个贴近的营销理念，将顾客关系的建立和提高顾客满意度作为营销工作重点，并构建了完

善的顾客关系管理体系。公司通过研究不同细分市场的顾客不同维度需求，以提供有针对性的产品，不断优化服务，着力保护顾客权益。





▣ 开发不同种类的产品，以满足各类顾客需求

公司坚持以“客户为中心”，通过不同渠道充分了解和调研顾客需求，以此开发出不同的产品，满足消费者的需求。目前，公司已形成高、中、低档全线覆盖的产品体系，可充分满足不同区域、不同类别的消费需求。

▣ 完善的售后服务体系，着力提升顾客满意度

为建立顾客关系和提升顾客满意度，公司制订了完善的《五粮液系列产品售后服务管理办法》、《产品召回和撤回控制程序》等制度和规章。

▣ 加强打假维权力度，全力维护顾客权益

多年来，公司积极配合全国的公安、工商、质检、酒类专卖等执法单位，查处和打击制售假冒五粮液系列酒的违法行为；严格监管市场，加大对系列酒品牌透支五粮液

品牌无形资产行为的管理力度；全力维护广大消费者的合法权益，维护公司形象和品牌形象，保护好公司的知识产权，为公司的健康发展努力净化市场环境。



五粮液·瞬间

参与北京市公安局经侦总队组织的“猎手”行动

公司打假办积极参与北京市公安局经侦总队组织的“猎手”行动，此次行动出动警力超100人、警车30余台。此次行动先后查获了北京市海淀区、石景山区制售

假冒窝点共计8个窝点，其中有6个生产窝点、2个售假门店，抓获9名制假售假犯罪嫌疑人。

以科技创新，引领行业健康发展

- 科研成果丰硕
- 强化技术创新管理工作



以科技创新，引领行业健康发展

科学技术是第一生产力。五粮液深入践行科学发展观，紧紧围绕提升企业的综合竞争力，扎实推进科技创新工作，坚持实行科研项目组长责任制，重点结合酿酒主业实施原创性核心技术的研究和开发，在科技管理、技术创新、工艺创新、产品创新、装备创新等取得不俗成绩。



8.1 科研成果丰硕

近年来，五粮液在发扬传统酿酒工艺的同时，依靠现代科技开展技术创新，使传统酿酒工艺得到了可持续发展，实现了“该传统的传统，该现代的现代”，在促进行业技术水平的不断提升、共同发展中，发挥了不容忽视的作用和深远影响。2011年，公司的《传统固态法浓香型优质白酒生产工艺的研究与传承》、《酿酒废弃

物尾水的资源化研究及利用》、《中国白酒（浓香型）酯化酶功能曲研究开发与产业化示范》、《基于干法厌氧发酵技术综合处理丢糟项目》、《基于风味定向的五粮液功能微生物及其应用技术》、《多粮浓香型白酒优质专用原料现代产业链关键技术研究产业化开发》等多个项目取得实质进展和成果。



五粮液·瞬间

永福酱酒荣获“中国白酒技术创新典范产品”称号

2011年，中国酿酒工业协会对技术创新典范白酒产品进行表彰，五粮液公司历经十年酝酿推出的“永福酱酒”以评比最高分排名第一，获得“中国白酒技术创新典范产品”称号。

2011年6月，全国白酒评酒委员会对符合技术创新典范的47个白酒产品进行了感官品尝。承载市场诸多期待的“永福酱酒”获得专家的一致好评，被认定为“清亮透明微黄、酱香突出、绵长、优雅、醇厚、回味长、协调、个性突出、空杯留香”，且具有“统一泡粮，统一蒸粮；包包高温大曲；10年贮存”等三大创新工艺特色。

白酒业的技术创新既要保持和发扬传统工艺，又要结合应用现代科学技术和满足市场需求。永福酱酒在生产过程中，将传统工艺与现代工业大生产有机结合，形成了量身定做的酱香型酒生产工艺。



五粮液·瞬间

《酿酒废弃物尾水的资源化研究及利用》进入大生产

经过公司两年的刻苦攻关，《酿酒废弃物尾水的资源化研究及利用》项目已完成了项目的小试、中试、大生产等工作，目前该项目已进入大生产正常运行。

该项目属国内首创，是酿酒技术的延伸研发项目。项目的实施不仅解决了酒中缺失的香味成分问题，而且实现了酿酒废弃物尾水的资源化利用，解决了尾水的环境污染。该项目的成功为公司取得了较大的经济效益、环保效益和社会效益。



8.2 强化技术创新管理工作

五粮液积极开展技术创新管理工作，及时组织公司的项目申报、项目鉴定和成果申报等，积极配合科技创新工作审计，确保科技创新管理工作更上新台阶。2011年，五粮液共获得各类授权专利265项，其中发明专利3项，实用新型专利4项，外观设计专利258项。



发明专利

3 项

实用新型专利

4 项

外观设计专利

258 项



五粮液·瞬间

“五粮醇·红淡雅酒瓶”外观设计专利获奖

2011年，国家知识产权局和世界知识产权组织开展了第十三届中国专利奖的评审活动。公司报送了外观设计专利“酒瓶（五粮醇·红淡雅091陶）”（专利号：ZL200930303498.9）参加该奖项的评选。最终，该外观设计专利荣获“中国外观设计优秀奖”。



以人为本，实现员工全面发展

- 关爱员工，最大化保障员工利益
- 尊重人才，完善人才激励机制
- 人才强企，构建员工终身教育体系
- 提高员工素质，推进企业文化建设



以人为本，实现员工全面发展



员工，是企业创造物质财富的第一要素。五粮液始终坚持“以人为本”的科学发展观，尊重员工、信任员工、理解员工、关心员工、激励员工、合理用人，以实现员工与企业的共同发展。公司员工的满意度不断提升，企业归属感日益加深，心情愉悦地投入企业生产经营活动，由此在企业内部营造了一个和谐的氛围。

9.1 关爱员工，最大化保障员工利益

▣ 规范社会保险管理

五粮液充分保障了员工的合法权益，确保公司劳动关系的和谐稳定。公司按照国家有关政策规定，严格按照国家劳动法和社会保险法等相关法律法规为全体员

工办理五险缴纳工作，做到应保尽保，员工参保率达到100%，并为员工购买了补充医疗保险，以减轻患病的员工在经济上的压力。

▣ 创建健康安全的作业环境

公司严格按照国家、省、市安全生产管理要求和公司“三个预防常行、安全警钟长鸣、安全奖惩常在”的工作思路，坚持“以人为本，安全发展”理念，以“职工健康、生命至上，公司安全、稳定至上”为目标，以法律、

法规和制度为准绳，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)，全面完成省、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。

全年死亡事故 **0** 起

重伤事故 **0** 起

重大厂内交通事故 **0** 起

职业病和职业危害事故 **0** 起



五粮液·瞬间

参与安全管理标准修订工作

公司应中国标准化研究院邀请，作为全国唯一一家白酒企业参与《职业健康安全管理体系要求》国家标准修订工作；应国家公安部消防局邀请，以白酒企业第一

参编单位资格参与国家标准《酒厂设计防火规范》的编写工作，五粮液安全管理模式被作为安全管理标准制定的主要基准。



五粮液·瞬间

五粮液开展应急救援演练

2011年6月，各基层单位纷纷结合生产实际，开展了相关应急救援演练。503、517车间开展二氧化碳窒息演练，510车间组织防汛预警通知模拟，513、515车间火灾

事故应急演练，通过这些救援演练，让员工进一步掌握应急救援基本程序和基本的救护方法，增强员工自我防护意识，减少事故伤害。





五粮液·瞬间

组织开展“安全生产月”系列活动

公司在龙泉、德阳、简阳、宜宾县、长宁县、南溪县、宜宾市翠屏区江北和南岸等区域设立安全法制宣传咨询点，义务向广大市民宣传生产和生活安全常识、道路交通安全知识、自然灾害防范与应急知识等，与广大市民携手共建安全和谐社会。



▣ 努力打造员工满意工程

公司建立职工代表大会制度，凡涉及员工切身利益和公司重要制度规定的方案，都必须经过职代会讨论。公司坚持做好员工思想动态信息收集分析处理反馈工作，按月、季及时将各基层单位员工反映的问题进行梳理分析，上报公司主要领导，并通过不断改进，形成了“收集-分

析-传递-处理-反馈”工作流程的闭环。公司领导根据信息分析内容及时了解和掌握员工最迫切的需求和真实思想动态，并针对员工反映问题，及时做好管理调整、工作改进，使员工生产生活条件和质量显著改善。

9.2 尊重人才，完善人才激励机制

近年来，为鼓励和培养科技创新人才，公司采取了一系列的优待政策和激励机制，以调动和促进员工的工作热

情，激发员工的工作积极性。

▣ 加强绩效工资管理

公司根据《工资管理暂行规定》、《绩效评价及奖金考核办法》的规定，在每月奖金发放工作中坚持做到了“快、准、实”，即奖金下发速度快，定员核实准确，严格按实际奖金标准计发。酿酒车间班组绩效工资按产、质

量完成情况核发，实施时不仅按劳分配，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，激发了员工的积极性。2011年，职工人均年收入较上年增长16.16%。

▣ 重视人才、尊重人才

公司根据《科技进步奖励实施办法》，对在科技工作岗位上进行创造性劳动，为推动科技进步、提高企业经济效益和社会效益做出重大贡献或突出成绩的集体和个人，公司还给予重奖。此外，公司还通过修建专家楼、大学生

公寓楼，帮助解决配偶就业、子女入学等问题，在生活上为科技创新人才排忧解难，极大地调动了广大科技人员的积极性和创造性。

9.3 人才强企，构建员工终身教育体系

五粮液坚持实施“人才强企”战略，紧紧围绕员工职业技能和综合素养提升两个方面开展形式多样、内容丰富

的员工教育培训，建立系统、完善的员工终身教育体系。

▣ 三级培训计划

公司结合“十二五”战略规划及未来发展的人才需求情况，系统汇总、分析后制定三级培训计划，为员工提供菜单式的培训支持。根据培训内容及实际操作的特点，将课堂理论授课、案例分析、现场操作、小组讨论、情景模拟、技能竞赛、经验交流等多种培训形式灵活组合，有效激发了员工参与教育培训的积极性与主动性。2011年，

公司紧紧围绕经营管理、生产管理、酿酒工艺、尝评勾兑、质量管理、食品安全、职业健康、环境保护、普法计生等方面开展各类培训项目。全年共开展教育培训项目1900多期，参与培训的员工达到35万余人次，员工覆盖率达100 %。

全年共开展教育培训项目

1900 多期

参与培训的员工达到

350000 余人次



五粮液·瞬间

五粮液举行首届职称和技能工作培训

2011年9月，根据公司职称工作和职业技能鉴定工作的安排，为确保继续深入开展公司职称工作和职业技能鉴定工作，打造人才培养、技能提升工作新局面，公司举行首届职称评审工作和职业技能鉴定工作培训。来自各车间、部门、子公司从事职称和职业技能鉴定及培训、人事管理等相关管理工作的人员共120余人参加了本次培训。



■ 内外部培训相结合

公司还积极关注员工进步，注重发掘人的潜能，形成企业按需培训和员工自助学习相结合的模式，加强分层分类、多种形式经常性的内外部培训相结合办法，着力构建培训与考核、使用与待遇相结合的激励机制，保证公司在

快速发展过程中全面拓展技能人才的培养。公司多年来积极与国防大学、四川大学、西南交通大学、西北农业大学等高等院校建立合作关系，为促进员工个人发展搭建起了广阔的平台。



五粮液·瞬间

32名管理人员参加国防大学集训

2011年10月，五粮液选派32名管理人员到国防大学参加为期两周的专项培训，集中学习了国家形势、领导艺术、经营管理、创新发展等方面的内容，使员工的政治觉悟和工作能力得到同步提高。



■ 加强人才队伍建设

目前，公司拥有国家级酿酒大师5名，国家级评酒委员13人，省级评酒委员22人，高级品酒师175人，品酒师

165人，酿酒高级技师359人，酿酒技师351人。

国家级酿酒大师 **5** 名

国家级评酒委员 **13** 名

高级品酒师 **175** 名

酿酒高级技师 **359** 名



五粮液·瞬间

五粮液再添2名酿酒大师

2011年10月10日，备受瞩目的第二届“中国酿酒大师”颁证典礼在北京钓鱼台国宾馆隆重举行。此次入选“中国酿酒大师”共有43人，含白酒、啤酒、黄酒、葡萄酒

等行业，公司唐圣云、赵东获得此殊荣。加上在首届“中国酿酒大师”评定中已获此称号的王国春、陈林、刘友金等三位，至此五粮液已有5位“中国酿酒大师”。

9.4 提高员工素质，推进企业文化建设

企业文化核心就是倡导以人为本，尊重人的感情，不断提高员工的思想道德水平、科学技术和业务素质及敬

业精神，增强员工的向心力和凝聚力，最大限度地发掘员工的潜能，保证企业长盛不衰。

▣加强企业文化建设

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，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、耳濡目染作用的独具五粮液特色的企业文化，已成为全国企业文化建设典范。

▣丰富的文化活动

员工是企业文化建设的主体，员工素质是支撑五粮液大厦的基石。公司组织开展各项文艺汇演、歌唱比赛、主

题诗会、技艺大赛等文体活动，增强员工的凝聚力，在文化活动中提高员工素质，营造和谐稳定的企业发展环境。



以循环经济，推动可持续发展

- 全面践行节能增效
- 大力发展循环经济
- 全力推动生态建设



以循环经济，推动可持续发展



在做强做大的同时,五粮液坚持以发展循环经济为重要途径,率先垂范节能、环保工作,并把各项低碳减排举措贯穿于整个经营活动中,用实际行动履行着“保护环境是企业生存发展的基石”诺言,成为酒类行业低碳建设的先行者和倡导企业社会责任的突出代表,为企业推动社会低碳发展起到了标杆作用。公司以资源综合利用为特色的循环经济模式,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”。

10.1 全面践行节能增效

2011年,通过加强管理、深化宣传教育、严格贯彻制度、奖惩结合、技术革新等措施,进一步强化过程控制,

促进公司能源设备管理工作持续深化,为公司实现生产经营目标做出了显著贡献。

▣ 加大管理力度, 节能增效

公司不断完善能源设备管理制度,加大管理力度,针对生产实际,灵活运用各种管理手段,对水电气和设备运行状态进行严格管理。2011年,公司进一步加大供用汽过程管理及控制,调整锅炉运行台数和供汽压力,全年实现

单位产品原煤节约量达到16537吨,节约燃煤资金约1400万元;公司采取错峰生产、更换LED节能灯、调整用电线路和负荷分配,通过运用各项节电措施和用电管理,全年共节约电费391.5万元。

全年节约燃煤资金约

1400 万元

全年共节约电费约

391.5 万元



五粮液·瞬间 节能减排“金点子”

公司采取“每季度末各单位申报，第二季度初初审”的办法，并专门成立了“金点子”项目审核小组，核算其经济效益、社会效益、环境效益。2011年，共收到“金点子”项目146条，通过初步审核查实施的“金点子”54

条。部分“金点子”活动在实施过程中，很好的为公司节约了成本，增加了利润，实现了循环经济目标，为社会的发展做出了贡献。

广泛开展宣传教育，提高员工节能意识

2011年，公司紧紧围绕“节能我行动，低碳新生活”活动主题，深入开展了“节能宣传月”活动，大力宣传贯彻《中华人民共和国节约能源法》和公司节能管理制度，

通过形式多样、内容丰富的宣传教育活动，进一步把节能理念转化为全员行动，为公司节能降耗、降低成本打下了坚实的基础。



五粮液·瞬间 五粮液开展“低碳出行”活动

2011年6月5日-6日，五粮液开展“低碳出行”活动。公司44个行政部门、34个基层组织共78个单位积极响应，踊跃参与，900余辆私家车停止使用，共减少二氧化碳排放1.12余吨，按燃油日常消耗量估算，可节约燃油消耗：4500升/天。



强化过程控制，提倡技术革新

2011年，公司进一步做好设备维护保养工作，实现设备计划检修完成率100%，确保设备完好率达到99.79%。同时，加大力度对主要耗能设备进行监督管理，重点做好锅炉、窑炉、供水系统、中央空调系统、酒甑、包装线等生产和使用能源的设备设施重点监控，提高能源使用效

率。此外，组织各单位积极开展设备小改小革、修旧利废活动，实现对废旧零配件、边角余料再利用，严格控制设备、备品备件购置和设备外协维修，实现经济效益830余万元。

全年设备计划检修完成率

100%

设备完好率达到

99.79%

 五粮液·瞬间
“五小活动”，推进技术革新

公司大力倡导员工运用新技术、新工艺，组织开展了“小发明、小创新、小革新、小设计、小建议”五小活动，

并对取得实效的创新成果给予奖励。2011年，各单位共实施能源设备技术改造1033项，创造了良好的经济效益。

节能增效成果

2011年，公司累计完成节能量达到11091吨标准煤；全年单位工业产值综合能耗同比下降3.55%；吨酒综合能耗1.319吨标准煤，同比下降2.75%，与“十一五”初期（2006年）吨酒综合能耗1.664吨标准煤相比，下降20.73%，仅占行业规定综合能耗值的64.34%（四川省“川经办环资〔2007〕50号文件”规定浓香型白酒综合能耗2.05吨标准煤/吨酒）。

10.2 大力发展循环经济

公司长期以来十分重视环境保护工作，先后经历了高消耗高排放阶段、注重降低消耗的末端治理阶段、资源综合利用阶段、循环经济基本形成阶段，现正进入全面实施循环经济阶段，实现了从粗放式高消耗高污染的传统生产经营模式到集约化循环经济发展模式的转变。公司早在上世纪九十年代初就开创性地提出“‘三废’是放错位置的

资源”理念，以技术创新为动力，“无害化、资源化、效益化”处理工业三废，形成了“粮食购进酿酒-废弃酒糟-烘干-烧锅炉-糟灰-生产白炭黑”这一循环利用产业链。

经统计，从发展循环经济至2011年已累计减排固体废弃物279万吨，资源综合利用累计实现销售收入22.1937亿元。

循环经济成果

2011年，五粮液利用丢弃酒糟29万多吨，生产蒸汽48.3万吨、白炭黑1385.06吨、乳酸199.01吨；利用

发酵醪液43.92万吨，生产DDGS饲料7935.48吨；资源综合利用产品实现销售收入2.59亿元，利税1.49亿元。

年度	2009年	2010年	2011年
丢糟利用量（万吨）	15	23	29
蒸汽（万吨）	30	40.4	48.3
白炭黑（吨）	975	1435.7	1385.06
乳酸（吨）	148	143	199.01
醪液利用量（万吨）	14.06	19.65	43.92
DDGS 饲料（吨）	3785.52	4753.56	7935.48



▣ 污染治理成效

2011年，共处理废水235.93万吨，废水污染物排放浓度COD、BOD、SS、氨氮均实现了达标排放；COD排放总量为593.68吨，低于市委、市府下达的COD排

放总量为960吨目标。2011年，公司废气治理设施正常运行，合计处理废气约38亿立方米，削减二氧化硫5781.95吨，二氧化硫排放量1760.37吨，低于市委、市府下达的二氧化硫排放总量。

10.3 全力推动生态建设

“一岗双责”、“低碳”的环境理念得到员工的逐步认可，全员环境意识和资源节约意识进一步提高，环境文化建设初见成效。公司2011年向中国生态文明研究与促进

会捐赠生态基金1000万元，开启了公司与全国唯一以生态文明命名的国家级社团组织合作的道路。



五粮液·瞬间

关注低碳，开展研究课题

当前气候变化已成为全球最为关注的环境问题。为了更好地开展温室气体减排工作，公司在省财政厅的指导下，立项开展“碳计量和碳排放会计研究”课题，在行业率先开展温室气体排放统计核算相关工作，成立了“碳计量和碳排放会计研究”课题组，编制完成了《宜宾五粮液股份有限公司二〇一一年度温室气体报告》，并由四川中熹会计师事务所进行了鉴证，报告将另行同步发布。



以公益事业，促进社会和谐发展

■ 捐资助学

■ 扶贫攻坚

■ 服务社区



以公益事业，促进社会和谐发展



一直以来，五粮液公司用实际行动践行国有企业所承担的社会责任，用真情回报社会。近三年来，五粮液共捐资捐物上亿元，积极支持并参与抗洪救灾、对口扶贫、希望工程、朝霞工程、公共设施建设、社会办学等。2008年，公司获得社会公益和慈善事业中最高级别的国家政府奖“中华慈善奖”。2011年，公司获得“最美丽的酒”和“中国企业社会责任大奖”称号。

五粮液已经不仅仅是一个简单的白酒品牌，更凝聚着一代代五粮液人为打造和谐社会所做出的努力和贡献。随着企业实力的不断壮大，五粮液在慈善之路上也将一直坚持前行。

11.1 捐资助学

国运兴衰，系于教育；教育振兴，全民有责。五粮液尤其关注灾区及贫困山区孩子的教育。大爱无疆，一座座新的校舍，一张张灿烂的笑脸，一本本崭新的图书，都承载着五粮液对孩子们的爱心，承载着社会对孩子们的希望。

2011年，公司捐赠2500万元建设的“五粮液玉树县结古希望小学”正式开工，捐赠335万元建设的兴文县五粮液希望学校如期落成。此外，公司还向四川省志愿者服务基金会、四川省慈善总会、重庆大学教育基金会捐赠150余万元。



五粮液·瞬间
兴文县五粮液希望小学

2011年初，兴文县麒麟苗族乡“五粮液希望学校”落成。6月3日，五粮液青年志愿者又走进希望小学，为孩子们送来了祝福，捐赠104本书籍，400多件学习文具和900

多本笔记本。志愿者与学生们开展了丰富多彩的互动游戏，最后共同植下了18棵爱心树，寄寓着美好的梦想与希望。



11.2 扶贫攻坚

2011年，公司继续响应政府号召，推进扶贫攻坚工程，向凉山州“板凳工程”捐赠100万元，引导彝区群众养成现代文明生活方式；继续实施帮村扶困，向企业帮村

扶贫“种子基金”及新农村建设联系点高县庆岭乡凤凰村、对口扶贫的屏山县新安镇红丰村等贫困乡村，捐助资金近百万元，支持灌溉渠等基础设施建设及特困户慰问。



五粮液·瞬间

五粮液公司抓好帮扶项目

2011年，五粮液与宜宾市知识产权局开展“结对帮扶试点示范村”项目。

2011年4月9日，公司与市知识产权局相关人员一道到对口帮扶的高县庆岭乡凤凰村调研，并实地考察了生猪养殖

场、学校、果园、蚕桑基地及公路等基础设施建设，经过实地考察和研究了帮扶方案后，决定对凤凰村连户路建设进行帮扶，并于6月将帮扶款8万元送到了定点帮扶的高县庆岭乡凤凰村，顺利完成了新农村建设的第一步规划。



11.3 服务社区

公司十分注重企地和谐，维护民族团结，2011年继续加强和谐社区建设，提高当地人民经济和精神文明建设，

▣ 推动当地经济发展

在企业做强做大过程中，五粮液为社会提供了多个劳动就业岗位，为社会和谐稳定创造条件；在当地大力发展粮食原料基地，推动农业生产力发展和新农村建设；充分

缓解当地人员的就业问题，极大地促进了当地社区发展。

发挥爱国主义教育基地的作用，积极配合地方教育部门加强青少年教育。

▣ 力促社区精神文明繁荣

公司一直致力于繁荣当地精神文明建设，协助当地政府、社区开展文化、体育等各项活动，丰富社区群众的文化生活。2011年，五粮液借助“中国白酒文化节”，积

极参与或组织开展酒圣祭祀大典、中国白酒文化论坛、《名家赞酒都》诗书画演示活动、1218文艺晚会等活动，丰富和繁荣了宜宾当地的精神文艺生活。



▣ 志愿者服务

五粮液公司把奉献企业、服务社会深度结合，紧跟公司发展、时代发展和家乡建设新要求，号召、倡导青年志愿者开展了多个层面、面向不同群体的志愿服务活动。五

粮液青年志愿者服务队荣获“四川省十大杰出青年志愿服务集体”称号。



五粮液·瞬间

服务广大消费者，争当“宣传大使”

围绕“消费与民生”的“3.15”主题，青年志愿者积极争当“宣传大使”，在宜宾市翠屏区中山广场开展公益宣传。近两个小时的志愿宣传活动参与群众达200余人，接受群众咨询30余人次，发放宣传资料400余份。通过设立抽题箱和抽奖箱，与过往群众展开互动，向消费者宣传质量安全、消费维权、健康养生等方面知识，让消费者在了解五粮液的同时感受“五粮真情”。



五粮液·瞬间

服务城乡卫生，争当“环境大使”

2011年7月9日，公司百余名志愿者集中在东大门前区域、江北农贸市场周边开展志愿服务。通过向过往群众、游客、菜农、商户等群体进行城乡环境综合治理宣传，对散落在地上的废纸屑等垃圾进行清扫，对厂内公交车站站牌进行清洁，进一步深化了社区的环境保护意识。



展望2012



2012年，五粮液将以“追求无止境”的企业精神，深入推进可持续发展战略的研究、规划、实施与评估等相关管理工作，兼顾市场责任、社会责任、环境责任的和谐统一，努力实现经济效益、社会效益、环境效益的最大化。

市场责任

2012年，公司将紧抓新一轮西部大开发战略和打造“中国白酒金三角”历史发展机遇，充分发挥文化、品牌、技术与人才、地理环境、规模、质量及资本等方面的领军优势，持续为消费者提供优质的产品和服务，确保公司业绩持续提升，最大程度的保障投资者、合作伙伴等利益相关方的利益。

社会责任

2012年，公司在大力发展自身的同时，将用实际行动践行国有企业所承担的社会责任，在保障员工利益、真情回报社会、促进地方经济和社会发展、引领行业健康发展等方面做出积极贡献。

环境责任

2012年，公司将继续坚持“节省资源，循环利用，达标减排，安全生态”的环境理念，着力从节能增效、提升资源综合利用效率，大力发展循环经济等方面推动公司低碳发展，为环境可持续性发展做出积极贡献。

第三方评价

2011年，中国白酒产业继续保持强势增长势头，白酒产品产销量再创历史新高，产业结构进一步优化，规模以上白酒企业优势和竞争能力进一步凸显。可以说，中国白酒产业的繁荣发展，一方面得益于国家宏观政策、国内经济持续向好为企业发展营造良好的外部发展环境；另一方面，五粮液等龙头企业充分发挥表率作用，积极引领行业的健康发展。

自2009年以来，五粮液已先后连续发布多年社会责任报告。从《宜宾五粮液股份有限公司2011年度企业社会责任暨可持续发展报告》，可以清晰看出，五粮液在企业高速发展的同时，一直不忘担负和弘扬企业的社会责任，做到了经济效益、社会效益、环境效益的完美融合、和谐统一，企业公民形象得到了社会、公众的高度认可。

《宜宾五粮液股份有限公司2011年度企业社会责任暨可持续发展报告》相较前几年的社会责任报告，具有以下几个方面的特点：

第一，报告框架更加完整、清晰，内容更加丰富、详实。该报告不仅对公司在2011年履行市场责任、社会责任、环境责任的举措和成绩进行了详细阐述，还对2012年的社会责任工作进行了展望。

第二，报告可读性、延展性更强。《宜宾五粮液股份有限公司2011年度企业社会责任暨可持续发展报告》图文并茂，具有相当的可读性，尤其报告中的“五粮液·瞬间”生动、形象地展现了公司2011年履行社会责任的各项工作。同时，该报告采用图表对比方式对公司关键绩效指标进行了披露，并有年际对比数据，更为直观。

第三，报告形式具有相当创新性。《宜宾五粮液股份有限公司2011年度企业社会责任暨可持续发展报告》采用专题形式披露年度重要社会责任事件，在报告撰写、表述方面具有一定创新性。

我们建议：2012年五粮液要继续加强社会责任暨可持续发展战略工作的研究，积极参与国内、国际社会责任公益活动，着力提升中国白酒的全球影响力。



附录：术语解释

职业病

指企业、事业单位和个体经济组织的劳动者在职业活动中，因接触职业病危害因素而引起的疾病。

事故

造成人员伤亡或财产损失的意外事件。

环境

所有的有生命物质、非生命成分以及他们相互间的关系组合。

化学需氧量（COD）

又称化学耗氧量。是指在一定的条件下，采用一定的强氧化剂处理水样时，所消耗的氧化剂量。它和生化需氧量（BOD）一样，是表示水质污染度的重要指标。其值越小，说明水质污染程度越轻。

生化需氧量（BOD）

是指在有氧条件下，好氧微生物氧化分解单位体积水中有机物所消耗的游离氧的数量。



A stylized world map with a grid overlay. The map is light gray, and the grid is composed of white lines. In the center of the grid, there is a photograph of a paper mill. The photograph shows a long, straight conveyor belt or road leading from the foreground towards a large industrial building with a tall chimney. The sky is blue with some clouds. The map shows the continents of North America, South America, Europe, and Africa. The grid covers most of the world, with some areas like the Arctic and Antarctic regions not covered.



网址: www.wuliangye.com.cn