



宜宾五粮液股份有限公司

2016 年董事会工作报告

近年来，随着居民收入增长、消费结构升级、商务消费兴起以及“少饮酒、饮好酒”理性消费习惯的建立，高端白酒越来越受到广大普通消费者的追捧和喜爱，以五粮液为代表的白酒领军企业已逐渐走出低迷，呈现回暖向好迹象。

2016 年，公司坚持“创新模式、提升品牌、整合资源”主题，强化“创新、执行、发展”理念，坚定执行“贴近市场，积极提高市场份额；精细管理，稳步提高经营质量”的工作思路，以市场为中心、以需求为导向，持续深耕大众市场，全面深化改革创新，在市场营销、生产管理、内部管控等方面推出多项创新举措，切实保障公司平稳有序发展。全年，公司各项经济指标达到预期，实现“十三五”规划良好开局。

一、董事会运作情况

（一）董事会组织机构。

根据国家有关法律法规，公司设置董事会，董事人数适当、构成合理，能满足企业决策、经营、管理的需要。

公司现任第五届董事会共 7 人，由 6 名董事、1 名拟任董事组成，其中公司内部董事 3 名（刘中国先生、陈林女士、拟任董事李曙光先生），宜宾市国有资产经营有限公司派任董事 1 名（张辉先生），独立董事 3 名（傅南平先生、周友苏先生、干胜道先生）。



公司董事会设有董事会办公室，具体负责董事会日常事务工作。

（二）董事会规章制度。

为进一步提高上市公司运作水平，按照《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规，公司董事会不断修订、完善各项规范运作制度，形成了一整套行之有效的管理制度体系，其中有 30 项核心制度，他们包括：1. 《公司章程》；2. 《股东大会议事规则》；3. 《董事会议事规则》；4. 《监事会议事规则》；5. 《董事及高级管理人员行为准则》；6. 《投资者关系管理制度》；7. 《信息披露管理制度》；8. 《重大信息内部报告制度》；9. 《独立董事制度》；10. 《总经理工作细则》；11. 《董事会秘书工作细则》；12. 《董事会战略委员会实施细则》；13. 《审计委员会实施细则》；14. 《提名委员会实施细则》；15. 《薪酬与考核委员会实施细则》；16. 《募集资金管理办法》；17. 《董事、监事和高级管理人员买卖本公司股票的管理制度》；18. 《接待和推广工作制度》；19. 《独立董事年报工作制度》；20. 《审计委员会工作规程》；21. 《关于防止控股股东或实际控制人及关联方占用公司资金的制度》；22. 《应对突发事件管理制度暨应急预案》；23. 《年报信息披露重大差错责任追究制度》；24. 《内幕信息知情人登记管理制度》；25. 《关联交易管理制度》；26. 《重大决策、重要人事任免、重大项目安排和大额度资金运作制度》；27. 《董事会工作评价考核办法》；28. 《关于在四川省宜宾五粮液集团财务有限公司存款风险的应急处置预案》；29. 《副职高级管理人员业绩考核暨薪酬管理办法》；30. 《全面预算管理委员会实施细则》。



依照相关制度规定，公司董事会召集、召开、议事、表决等工作流程清晰、运作规范，形成了高效、规范的运行机制。

（三）重点工作开展。

1. 积极推进非公开发行股票暨员工持股计划。

在国家大力倡导国有企业混合所有制改革的背景下，公司积极利用资本市场开展资本运作，于 2015 年 7 月 29 日启动非公开发行股票暨员工持股计划。2016 年，公司董事会持续稳步推进此项工作，并按程序逐级报批，已于 2016 年 12 月 14 日获中国证监会发审委审核通过，公司将在收到中国证监会正式批文后尽快择机实施。

本次非公开发行股票暨员工持股计划是继公司机构改革、公车改革、薪酬改革之后的又一重大改革举措，对于构建利益共享和风险共担机制，推进企业改革创新、健康发展，具有十分重要的作用。

2. 依法召集召开股东大会、董事会会议。

2016 年，公司全体董事本着对广大股东和投资者负责、对公司负责的宗旨，严格按照法律规定及《公司章程》赋予的职权，依法规范召集召开股东大会、董事会会议，审慎决策重大事项，圆满完成各项工作任务。

（1）公司董事会召集股东大会，并向股东大会报告工作。全年公司董事会召集召开股东大会 2 次，即于 2016 年 6 月 22 日召开的“2015 年度股东大会”和 2016 年 11 月 18 日召开的“2016 年第一次临时股东大会”，共审议通过议案 25 项，董事会均认真执行股东大会决议。



(2) 全年共召集召开董事会会议 14 次，审议通过议案 31 项。其中召开董事会现场会议 2 次，审议议案 14 项；以传阅及通讯方式审议议案 12 次，审议议案 17 项。董事会会议的召集、召开方式以及决策程序均符合《公司法》和《公司章程》有关规定，决议合法有效。

3. 加强投资者关系管理，维护上市公司形象。

作为上市公司信息披露的主体，公司董事会依法合规、及时规范地完成了各类报告的编制披露工作。2016 年度，公司董事会按时、规范地办理信息披露报告 91 份（其中含定期报告 4 份），按要求将重大事项、生产经营等信息进行完整准确的披露。

2016 年，公司积极与股东、投资者、证券研究员、分析师进行沟通交流。全年接待投资者 23 批次，共 562 人；接听电话咨询、交流共计约 3000 余次；在深交所互动易平台回复投资者网络提问 228 条，让投资者及时了解公司情况，为其投资决策提供参考。

（四）执行股东会决议情况。

2016 年 6 月 22 日，公司召开 2015 年度股东大会审议批准 2015 年度利润分配方案：“以公司现有总股本为基数，向全体股东每 10 股派现金 8.00 元（含税）”。2016 年 7 月 25 日，完成了 2015 年度利润分配工作，共分红派现 30.37 亿元，分红额占当年归属于股东净利润额的 49.17%，较 2014 年加大了现金分红比例。截至 2016 年末，公司上市以来累计分红派现 14 次，达 159.82 亿元。

（五）公司所获荣誉。

2016 年，公司获得“2015 中国最受投资者尊重的百家上市公司



前十佳企业”、“影响中国品牌 50 强”、“2016 年第十四届中国最受尊敬企业”、“华谱奖之国家名片奖”、“2016A 股最佳上市公司”、“腾讯济安上市公司投资峰会黄金奖”、“‘金圆桌奖’之‘优秀董事会’”、“上市公司监事会卓有成效 30 强”等多项殊荣。

二、主要经营业绩回顾

2016 年，公司审时度势，主动适应国家经济发展新常态，通过发展战略调整、营销模式创新、生产系统改革、管理流程梳理、股权结构优化等一系列改革创新举措，灵活应对市场变化，切实保障公司平稳有序发展。

（一）经济持续稳定增长，主要指标超出预期。

全年，公司实现营业总收入 245.44 亿元，同比增长 13.32%；实现利润总额 93.37 亿元，同比增长 12.67%。

（二）打造国家名片，品牌价值不断攀升。

2016 年，公司响应国家“一带一路”战略，开启“百年世博·荣耀绽放”之“耀世之旅”全球文化巡展活动，相继在成都、上海、郑州、沈阳、西安、深圳、北京、悉尼举办八场文化巡展活动，向全球展示“五粮酿造”和民族品牌的魅力，受到社会各界广泛好评。从丝绸之路的起点西安到首善之城北京，从澳大利亚悉尼到奥地利维也纳，五粮液香飘四海，成为名副其实的国家名片。

在高端合作领域，五粮液分别与杭州 G20 峰会、长安俱乐部、欧美同学会、年度中国青年领袖评选等平台深入合作，通过文化活动与专场巡展，为品牌内涵深化铺路搭桥，为产品多元营销保驾护航，提



升了品牌价值和市场销售，助推了公司经济效益的稳步增长。

在 2016 年“中国品牌价值榜 100 强”评选中，五粮液以 875.69 亿元蝉联榜单第三名，连续 22 年稳居中国白酒制造类第一，继续保持中国食品行业和“亚洲品牌 500 强”酒类行业领军地位。

（三）持续提升与优化品牌结构，品牌战略更加清晰。

2016 年，公司进一步梳理和优化“五粮液+五粮系”品牌结构，确定了以新品五粮液为核心，交杯牌五粮液、五粮液 1618、五粮液低度系列为战略品牌，五个个性化品牌为补充的“1+3+5”的品牌组合；

在系列酒层面，把“五粮制造、群星闪耀”定位“五粮系”产品，实现五粮液与五粮系产品的双驱战略。

（四）打造自有电商平台，提升市场服务水平。

在互联网、大数据、云计算等新一代信息技术的带动下，公司已与电子科大签订战略合作协议，双方将在电子商务、大数据等领域开展深度合作，助力五粮液“互联网+”战略落地，实现渠道布局更加优化、市场反应速度更加快捷、市场服务水平更加高效。

（五）试点改革车间模式，增强内部运行效力。

为实现成本最小化、质量最优化、利润最大化的经营目标，公司坚持走创新发展之路，推进公司生产管理模式和酿酒车间公司化管理改革，以成本和质量为中心，进一步划小核算单位，试行相对独立核算，调动车间及员工的生产积极性。

三、2017 年主要工作规划



2017 年，是实施“十三五”规划的关键一年和推进供给侧结构性改革的深化之年。公司将认真贯彻中央、省、市经济工作会议精神，抢抓深化国企改革、振兴实体经济以及“一带一路”等重大战略机遇，坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，以“改革、创新、转型、发展”为指导方针，持续推进“创新模式、提升品牌、整合资源”的发展战略，确保公司持续、稳定、健康发展。

（一）牢固树立五大意识。

2017 年，公司将不断增强创新意识，从产品、技术、营销、管理、战略等方面全方位提升创新能力，为公司发展注入不竭活力；不断增强责任意识，形成责任分工体系，用强劲的执行力的保障工作有序推进、目标任务如期完成；不断增强大局意识，坚定正确的政治方向和统一的发展目标，形成凝聚力、向心力和战斗力；不断增强担当意识，不惧矛盾、压力和困难，直面深度调整期与改革攻坚期的严峻挑战；不断增强争先意识，发扬创新求进、永争第一的企业精神，勇于与国际先进企业对标，善于向行业竞争对手学习，提升公司长足发展的竞争力。

（二）坚守传统酿造技艺。

一方面，加强传统工艺管理。以“优质、高产、低耗、均衡、安全”十字方针为指引，坚持“统一思想、回归传统”和“按规指挥、按规管理、按规操作”的管理原则，加强对生产过程的检查、监督和考核。另一方面，狠抓产品质量。持续优化公司质量管理和食品 HACCP 体系建设，强化食品安全风险分析、风险评估工作，促进体系持续有



效运行，切实把体系建设和公司质量、食品安全管理紧密结合起来，在“实用”和“有效”上下功夫，保障公司产品质量和食品安全。

（三）明确十三五期间的营销原则与目标。

同时做强“名酒”+“民酒”，以“五粮液+五粮系”产品实现双核心前进，在企业内部孵化出系列酒版块。

1. 坚持“四个稳定”积极推进五粮液品牌营销。

- （1）稳定并提高核心品牌五粮液的品牌价值；
- （2）稳定并提升核心产品五粮液的价格体系与产品结构；
- （3）稳定并优化核心产品五粮液的渠道布局；
- （4）稳定并扩大核心产品五粮液的市场份额。

2. 以“创新与扩张”为总要求，以 1:1 为总目标，做大做强“五粮系”版块，实现五粮液与五粮系产品的双驱战略。

三个系列酒子公司立足于“三个创新”功能平台的落实与打造：一要成为公司品牌管理创新的平台；二要成为优秀的品牌运营商脱颖而出的平台；三要成为公司整合渠道资源，进行混改的平台。

3. 以打造“两个百亿+两百亿”平台为抓手，积极推进各项工作的落实。

到 2018 年，华东中心率先实现 100 亿的销售目标，三个系列酒子公司完成 100 亿的销售目标，率先在全国酒企中实现副品牌销售突破 100 亿的销售目标。最迟到 2019 年，其他六个中心和品类共同完成 200 亿的销售目标。争取早日把西南营销中心打造成第二个百亿中心。



其中，2017 年，华东营销中心要实现 80 亿以上的销售，其他六个中心共同实现 120 亿以上的销售，五粮系品牌要共同完成 75-80 亿销售。

在系列品牌打造的目标上，除核心产品五粮液以外，三个系列酒公司致力于培育出一个 20 亿级品牌、两到三个 10 亿级品牌、5-10 个过亿的品牌。

（四）提升产品研发能力。

集中公司产品研发资源，通过包装设计、口感创新等手段，充分整合各种资源，提升产品研发效率，从新工艺、新材料等方面着手，降低包装成本，提升产品表现能力；同时，努力构建新模式、开发新品种，打造公司新品牌。

（五）加快公司信息化建设。

稳步开发公司信息化主流程系统以及协同办公、质量管理、成品酒入库、大数据等周边系统。网络与数据基础设施方面重点推广应用云技术，为全面开展信息资源系统建设打下坚实基础。

（六）优化企业文化建设。

加快企业文化战略的制定完善，提升企业文化建设的系统化、规范化水平；创新企业文化宣传方式，与时俱进充实企业文化内涵，纵深拓展企业文化影响力，增强公司凝聚力。

（七）加强公司市值管理。

加强公司市值管理，建立长期的市值发展战略，优化公司股权结构，提升公司股票市值，维护股东利益。



在中国经济转型升级的新常态下，当前及今后的一个时期，白酒行业仍将长期处于深度调整状态。在省委省政府、市委市政府的关心支持下，公司将继续发扬“创新求进、永争第一”的企业精神，凝聚智慧与力量，深化改革创新、巩固发展成果，努力推动年度目标以及千亿目标的顺利实现，为振兴实体经济作出更大贡献！

宜宾五粮液股份有限公司董事会

2017 年 3 月 28 日