



宜宾五粮液股份有限公司

2017 年董事会工作报告

2017 年，公司以“弘扬历史传承，共酿和美生活”为使命，提出“创新模式、提升品牌、整合资源”的发展战略，在生产、营销、管理等方面实施了一系列改革创新举措，生产经营质量不断提升，营业收入、利润及资产规模均有大幅增长，保持了“稳中有进、稳中向好”的发展态势。

一、董事会执行股东大会决议情况

（一）依法召集召开股东大会、董事会会议。

2017 年，公司董事会严格按照法律法规及《公司章程》的规定，依法规范地召集召开股东大会、董事会会议，审慎决策审议事项。

1. 2017 年公司董事会召集召开股东大会 1 次，即于 2017 年 4 月 21 日召开的“2016 年度股东大会”，审议通过议案 9 项。

2. 全年共召开董事会会议 13 次，审议通过议案 31 项；其中召开董事会现场会议 3 次，审议议案 20 项；以传阅及通讯方式审议议案 10 次，审议议案 11 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》的规定。

（二）完成 2016 年度利润分配，制订 2017 年利润分配方案

公司于 2017 年 5 月 12 日完成了 2016 年度利润分配方案（每 10 股派现金 9.00 元，含税）的实施工作，分派现



金 34.16 亿元,分红额占当年归属于股东净利润额的 50.36%。目前,公司董事会已制订 2017 年利润分配方案(每 10 股派现金 13.00 元,含税),拟分派现金 50.46 亿元。若含 2017 年利润分配金额,自 1998 年上市至今,公司累计实施现金分红 16 次,累计分派现金达 244.44 亿元。

(三) 非公开发行股票暨员工持股计划圆满完成。

2018 年 4 月 20 日,公司非公开发行股票暨员工持股计划实施完成并上市,本次非公开发行数量为 85,641,285 股。通过员工持股计划,将员工、经销商利益和公司的长远发展深度绑定,充分调动员工和经销商的积极性,为公司的发展注入强劲动力。公司实施本次员工持股计划,迈出了混改第一步,在白酒上市公司和四川省国有控股企业混合所有制改革工作中均具有标志性和示范作用。

(四) 2017 年公司所获的部分荣誉。

2017 年,公司再次荣获深圳证券交易所信息披露考核 A 级,已连续三年被评为 A 级。此外,公司先后获得“2016 年度金牛投资价值 150 强”“中国主板上市公司价值百强”“中国主板上市公司十佳管理团队”“2017 年度中国上市公司最佳股东回报奖”“中国百强企业奖”“金圆桌奖”之“最佳董事会”“中国酒业最受尊敬上市公司奖”“2017 年最受投资者尊重的上市公司”等多项殊荣。

二、生产经营回顾

2017 年,白酒行业呈现整体持续向好的新常态,市场需求向名优品牌、高端品牌集中的态势更加明显。作为中国白酒行业的龙头企业,公司抢抓发展机遇,以“创新求进、永



争第一”的企业精神，深入实施一系列改革创新举措，生产经营取得大幅增长。

（一）经济持续稳定增长，主要指标实现跨越式发展。

2017 年，公司实现营业总收入 301.87 亿元，同比增长 22.99%；实现利润总额 133.92 亿元，同比增长 43.42%，生产经营指标达到上市以来的历史最好水平。

（二）坚定品牌强企不动摇，持续开展品牌推广活动，不断提升品牌影响力。

为进一步凸显“五粮液”核心品牌的高端定位，公司对主品牌“五粮液”产品进行优化，构建更加清晰的“1+3”产品体系，确立了围绕 52 度水晶瓶五粮液打造高端化、国际化、时尚化三个维度的五粮液品牌战略。对于系列酒品牌，确定了“4+4”的品牌战略，按照“向核心品牌、向自营品牌、向中高价位品牌聚焦”的原则，确定了五粮春、五粮醇、五粮头特曲、尖庄 4 个全国性大单品以及五粮人家、百家宴、友酒、火爆 4 个区域性的单品。

同时，通过开展与施华洛世奇合作召开产品战略发布会、“京东父亲节”、中秋节“和美盛宴·万店浓香”“五粮液让世界更和美”等线上线下主题活动积极发声，进行节奏紧密、声势浩大的品牌推广和宣传，使五粮液在品牌曝光、品牌反馈、舆论关注等层面均获得良好反响。

（三）积极进行终端营销转型、创新，不断提升市场竞争力。

2017 年，公司以“百城千县万店”工程和构建“五粮 e 店”为实施路径，不断推动传统营销向现代化终端营销转型。



2017 年，“百城千县万店”工程第一阶段已在全国 46 个重点城市建设了 7000 余家核心终端网点；“终端酒王俱乐部”正在规划建设。同时，公司推出“五粮 e 店”终端模式，并以此为载体，建设零售化、连锁化和线上线下一体化的五粮液新零售终端模式。

（四）积极响应国家“一带一路”倡议，全力布局海外市场。

2017 年，公司积极响应国家“一带一路”倡议，大力开拓海外市场，持续向“一带一路”沿线国家传播和弘扬中国白酒文化。6 月，参加阿斯塔纳世博会并考察开拓哈萨克斯坦市场；9 月，与施华洛世奇针对高端婚宴市场，共同打造“五粮液·缘定晶生”高端产品；8 至 10 月，先后在以色列、捷克、奥地利、意大利等国家举办五粮液高端品鉴会，获得国外高端消费者的高度认可。通过开展上述活动，公司完美诠释了文化使者、和平使者和友谊桥梁的角色，引领中国白酒产业和民族优秀传统文化走向世界。

（五）大力弘扬五粮酿造特色优势，进一步扩大产能。

公司秉承纯粮固态发酵的传统酿造工艺，弘扬独有的五粮酿造特色优势，采用“包包曲”“跑窖循环”“固态续糟”“双轮底发酵”等传统工艺稳定名酒品质，“分层起糟、分甑蒸馏、分段摘酒、分质并坛”，保证在基酒品质上精益求精，打造每一瓶好酒，满足人民群众对美好生活的需求。

同时，公司已启动建设 10 万吨酿酒生产技改项目一期工程及 30 万吨陶坛陈酿酒库一期工程项目，确保“十三五”末五粮液的市场投放量达 3 万吨，并且未来将实现原酒储存



三年后再包装投放市场，充分释放白酒的时间价值。

（六）生产经营发展的同时，不忘回报股东和投资者。

2017 年度公司利润分配方案为每 10 股派现金 13 元（含税），拟分配现金 50.46 亿元，占当年归属于母公司净利润的 52.16%，是公司上市以来最大额度的现金分红。

三、2018 年主要工作规划

2018 年，是中国改革开放 40 周年、公司上市 20 周年、公司落实“十三五”规划承上启下的关键之年。公司将以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和中央、省、市经济工作会议精神，进一步推进供给侧结构性改革，开启“二次创业、再铸辉煌”的新征程，努力打造健康、创新、领先的世界知名企业，实现高品质、可持续的快速发展。

（一）强化生产管理。围绕全年生产计划目标，重点实施生产管理改革，完善激励政策。强化过程专业化控制，进一步推进系统化、成本化、专业化工艺管理工作和自动化、智能化酿酒探索，促进磨粉、制曲、酿酒等全过程的生产提质增效。持续加强技能培训，积极为酿酒技术骨干搭建技能提升平台，为生产提质增效和技能传承夯实基础。

（二）强化市场营销。一是推进品牌战略落地，实施五粮液品牌“1+3”产品策略及系列酒“4+4”产品策略，提升五粮液及系列酒品牌的竞争力。二是打造品牌力，建立与品牌战略相匹配、与产品策略相同步的一体化、立体化的产品整合传播体系。三是打造渠道力，持续深化“百城千县万店”工程，大力推进基于大数据和直面终端消费者的新零售体系



建设，加快“五粮e店”在全国的布局；加快综合体验中心和品鉴基地建设；启动国际市场万店工程建设。四是打造执行力，组织和执行体系上要全面实现“计划、结果、责任、检查、奖惩”的管理闭环，建造素质一流、执行力强、团结和谐的营销铁军，提升营销工作质效。

（三）强化质量管理。坚持以质量第一为价值导向，以转变质量观念、落实质量责任为切入点，创新质量治理模式，健全质量评价考核机制；优化升级质量管理体系，大力开展质量提升行动；充分运用大数据，提升质量管理绩效；聚焦五粮液品牌效应，强力推进“知名品牌示范区”；推动公司最高计量标准建设，提升计量溯源能力。

（四）强化项目建设。加快推进五粮液 30 万吨原酒储存、10 万吨成品酒包装及智能仓储等项目建设；坚持整体规划、整体打造，完成园区整体控制性规划制定和园区改造升级方案并实施；完成煤改气二期改造项目；启动生物质电站项目建设；继续抓好中国酒业大数据中心和中国白酒学院、酿酒培训基地建设。

（五）强化改革落地。进一步完善法人治理结构，大力推进机构改革，建立健全新的分配激励机制，加大干部交流与竞争上岗力度；持续深化全面预算管理，建立协调统一的信息化管理体系。

新思想引领新时代，新目标开启新征程。2018年，在党的十九大精神及国家“一带一路”倡议的指引下，公司将更加重视经济发展质量和效益的统一，更加强调“五位一体”和“四个全面”，坚定不移地走改革创新之路，力争实现追



赶型、跨越式发展，为国家经济社会发展作出更大贡献，以更加优良业绩回报股东和投资者，加快成为具有全球竞争力的世界一流名酒企业。

宜宾五粮液股份有限公司董事会

2018 年 4 月 28 日