



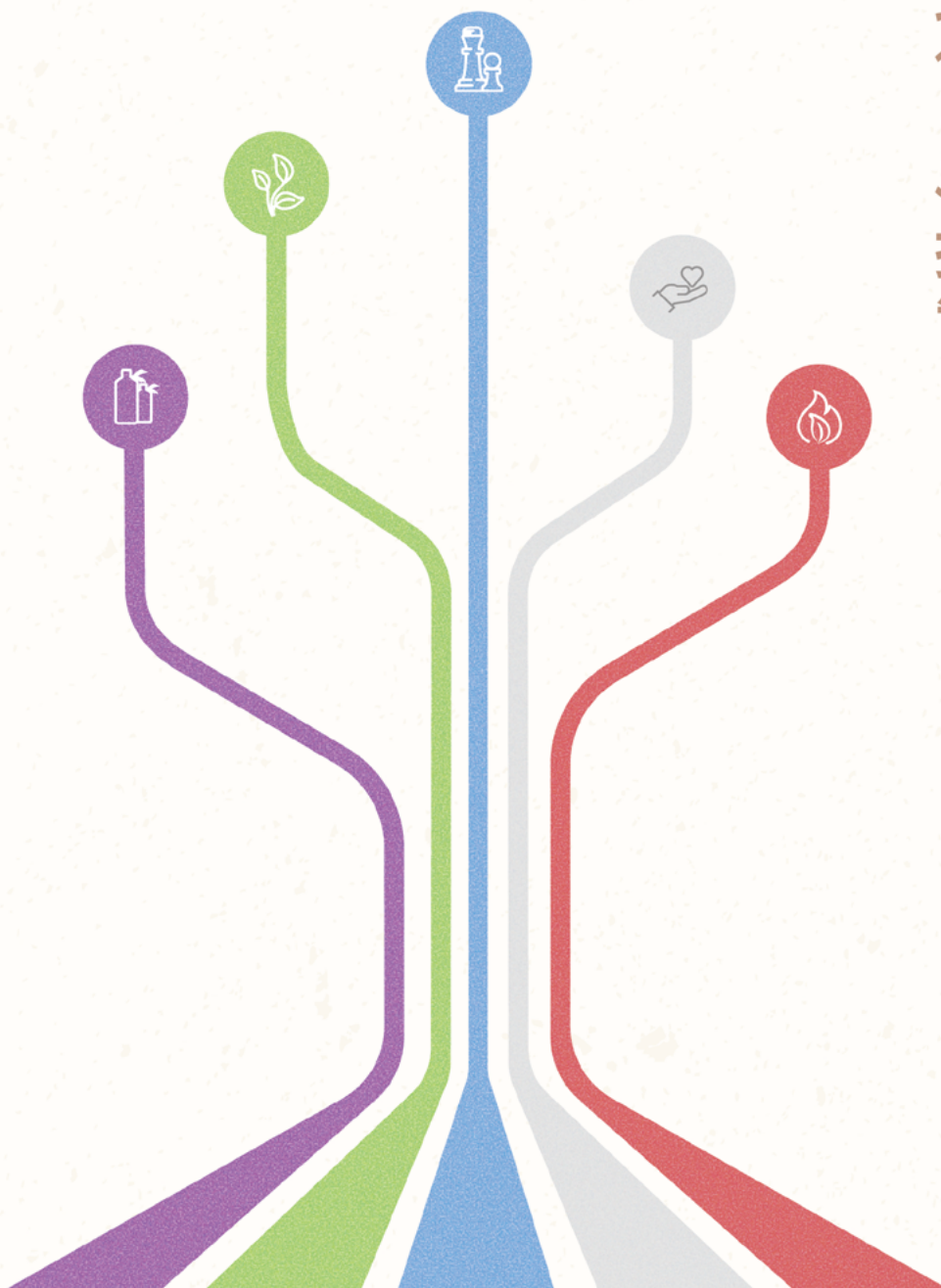
贵州茅台酒股份有限公司  
KWEICHOW MOUTAI CO.,LTD.

# 贵州茅台

2021

贵州茅台酒股份有限公司

环境、社会及治理(ESG)报告



## ▶ 报告导读

### ▶ 组织范围

本报告覆盖贵州茅台酒股份有限公司（简称“贵州茅台”“公司”或“我们”）及其所属单位在公司治理、经济、社会和环境等方面的工作绩效。

### ▶ 时间范围

本报告时间跨度为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。根据产品生产周期及工艺要求，部分生产数据按照生产年度（10 月 1 日至次年 9 月 30 日）统计计算。

### ▶ 发布周期

本报告为年度报告，是贵州茅台发布的首份环境、社会及治理（ESG）报告。

### ▶ 信息说明

本报告所引用的信息和数据客观、真实。报告中的财务数据以人民币为记账本位币，特别说明除外。本报告分别以中、英文编制，在对中英文文本的理解上发生歧义时，以中文文本为准。

### ▶ 参考标准

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》（GRI Standards）

国务院国有资产监督管理委员会《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 4.0 之食品行业》（CASS-CSR4.0）

上海证券交易所《< 公司履行社会责任的报告 > 编制指引》

上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 1 号——规范运作》

### ▶ 获取方式

您可通过以下方式获取贵州茅台更多社会责任信息或下载本报告的电子文本。

贵州茅台官网：<https://www.moutaichina.com/>

上海证券交易所官网：<http://www.sse.com.cn/>



# 目录

## 01 报告导读

## 05 董事长致辞

## 06 关于贵州茅台

- 06 公司简介
- 07 组织架构
- 07 企业文化

## 08 社会责任管理

- 08 社会责任观
- 08 社会责任领导机制
- 08 利益相关方沟通
- 09 实质性议题识别

## 10 公司治理

- 12 企业管治
- 13 风险管控
- 14 依法经营
- 15 商业伦理

## 16 经济责任

- 18 卓越品质
- 22 科技创新
- 23 智慧茅台
- 23 行业发展

## 24 环境责任

- 26 环境管控
- 27 水资源管理
- 28 能源及气候变化应对
- 30 绿色供应链
- 31 生态保护

## 32 社会责任

- 34 投资者权益
- 35 客户责任
- 36 伙伴共赢
- 37 员工成长
- 41 社会贡献

## 44 未来展望

## 45 附录

- 45 指标索引
- 46 意见反馈



## ► 董事长致辞

2021年，贵州茅台坚持践行创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念，坚定“五线”发展道路，统筹抓好生产经营、疫情防控等各项工作，取得令人瞩目的优异成绩，迈上高质强业的发展新路，实现“十四五”良好开局。

- **我们持续优化公司治理，经济效益稳步高效增长。**大力推进现代企业制度建设，不断规范公司治理，提升风险防控能力。完善投资者关系管理，持续为股东创造稳定的价值回报。树牢“五匠”质量观，构建“365”质量管理体系，完善供应商管理体系、提升采购质量水平、强化生产过程质量管理、严格质量考核监督，确保为消费者提供始终如一的卓越产品和优质服务。坚持“科技增能”，深化科技创新，加大科技成果转化应用力度，深入实施“智慧茅台”建设，为高质量发展注入强劲动能。2021年，公司实现营业收入1061.90亿元，同比增长11.88%；归属于母公司所有者的净利润524.60亿元，同比增长12.34%。
- **我们践行绿色发展理念，生态环境持续优化提升。**不断提升生态环保综合治理能力，实施增水、提气、固土、护微、生态系统平衡“五大专项工程”，全力服务“双碳”目标，致力于打造白酒行业生态环保基地标杆。积极应对气候变化，制定公司双碳规划实施纲要，开展节能降碳增效、绿色产品设计、产业链绿色转型、绿色科技创新、绿色低碳生活“五大专项行动”，持续保护赤水河生态，努力实现人与自然和谐共生。2021年，公司荣获贵州省5A级“生态酿酒企业”称号。
- **我们竭诚奉献回报社会，高质发展成果惠及更多民众。**充分发挥“1+10+1”帮扶模式作用，进一步集中优势力量，帮扶道真县探索出一条以食用菌为特色的产业发展道路，推动脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接。连续10年实施“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动，开展“赖茅·爱羽成长”“王茅·繁星计划”“茅台王子·明亮少年”等公益活动，帮助数十万莘莘学子点亮希望。积极协调社会资源，参与疫情防控、防汛救灾等工作，确保员工“零疑似、零确诊”，全力守护人民群众生命安全，彰显茅台优质的品牌形象和企业担当。

2022年，是贵州茅台高质强业新时期的“改革攻坚年”。征途漫漫，唯有奋斗，我们将坚定不移走好“五线”发展道路，打好生产质量、市场体系、项目建设、“三资”金融、文旅发展、绿色转型、数字转型、科技创新和人才建设“九大攻坚战”，与投资者、客户、员工、供应商、经销商等利益相关方一起携手共进、凝心聚力，努力创造经济、社会和环境的综合价值。

贵州茅台酒股份有限公司董事长



# 关于贵州茅台

## 公司简介

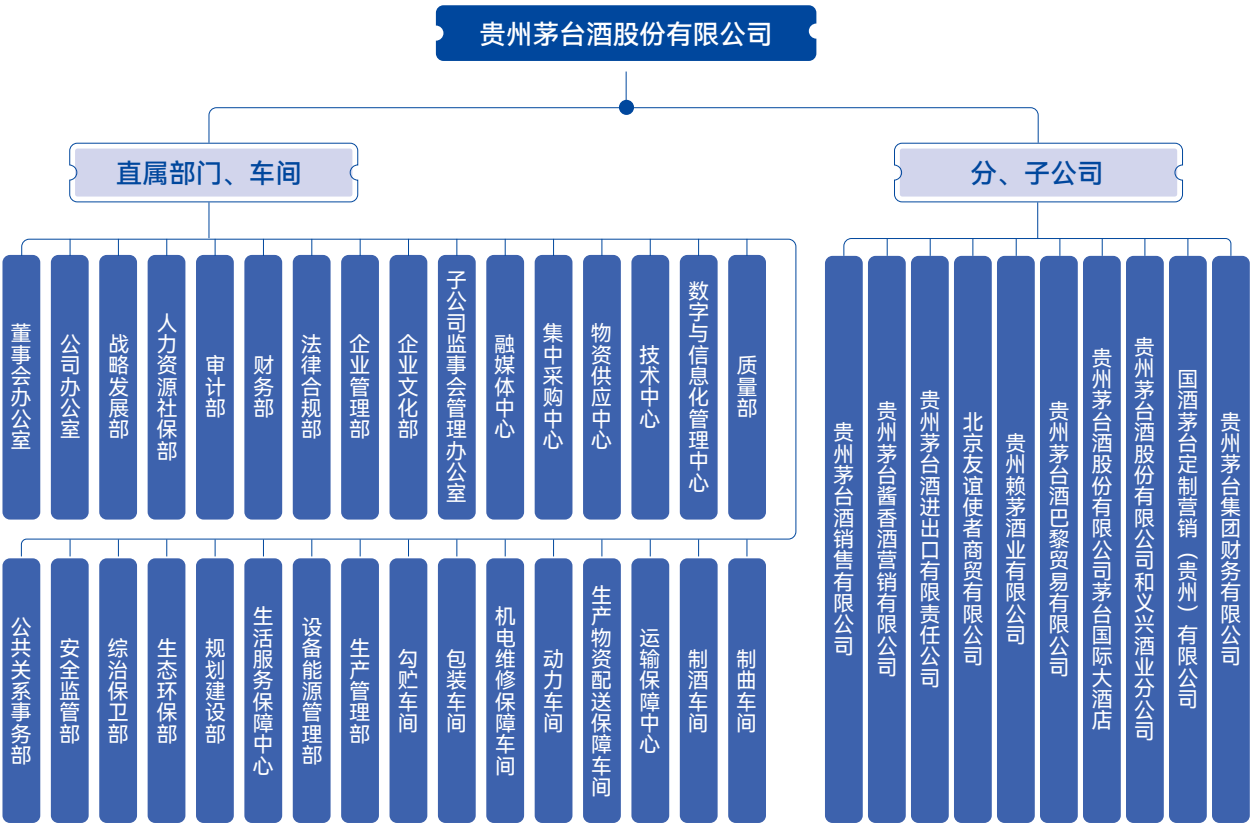
贵州茅台酒股份有限公司（简称“公司”）成立于1999年11月20日，由中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（简称“茅台集团”）作为主发起人，联合另外七家单位共同发起设立，目前控股股东为茅台集团。

公司总部位于贵州省北部风光旖旎的赤水河畔茅台镇，主营茅台酒及茅台系列酒的生产与销售，主导产品贵州茅台酒是我国大曲酱香型白酒的鼻祖和典型代表，是绿色食品、有机食品和国家地理标志保护产品，是香飘世界的中国名片。

2001年8月27日，公司股票在上海证券交易所上市交易。上市以来，截至2021年6月25日，公司累计现金分红总额达1213.55亿元，为IPO募资净额的60.80倍。截至2021年末，资产总额2551.68亿元，同比增长19.58%。2021年公司实现营业收入1061.90亿元，同比增长11.88%；归属于母公司所有者的净利润524.60亿元，同比增长12.34%。以1093.3亿美元的品牌价值位列“BrandZ最具价值全球品牌排行榜”第11位，成为全球最具价值的酒类品牌。



## 组织架构



## 企业文化

### 使命

酿造高品质生活

### 愿景

打造国际一流企业 塑造世界一流品牌

### 核心价值观

酒香 风正 人和

### 企业精神

爱我茅台 为国争光

### 质量理念

崇本守道 坚守工艺 贮足陈酿 不卖新酒

# 社会责任管理

## 社会责任观

贵州茅台主动将社会责任融入企业发展战略和日常经营管理，在长期持续积极实践中形成了茅台特色的社会责任观——大品牌大担当：企业实现可持续发展为企业承担社会责任提供基础和前提，企业承担社会责任则会进一步促进企业实现可持续、高质量发展，两者相辅相成。因此，公司坚持践行创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念，围绕“五线”发展道路，努力创造经济、社会和环境的综合价值，服务国家战略、服务人民对美好生活的需求、服务企业可持续发展。

### “五线”发展道路

蓝线

即目标愿景和蓝图规划，核心是聚焦集团公司“双翻番、双巩固、双打造”。



绿线

即坚定不移走生态优先、绿色发展道路，抓手是五匠质量观、“365”质量管理体系和“一基地一标杆”建设。



白线

即保持归零的心态，抓好改革、创新和建设。



紫线

即充分挖掘文化内涵，扎实做好文化聚能。



红线

即环保、安全、防腐三条线。



## 社会责任领导机制

贵州茅台注重把履行社会责任的要求融入生产经营全过程，公司管理层统筹推进社会责任工作，各部门按职能分工深度参与业务范围内的社会责任工作。各所属企业依据公司要求认真履行社会责任，积极推进社会责任实践，保证各项工作正常开展。

## 利益相关方沟通

贵州茅台重视与利益相关方的沟通交流，深入倾听和研究利益相关方的需求与期望，将其转化为企业发展的行动目标和方案。

| 利益相关方 | 期望与诉求                                                                                        | 沟通与回应                                                                                                  |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 政府    | <ul style="list-style-type: none"><li>遵纪守法</li><li>经济发展</li><li>依法纳税</li><li>增加就业</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>依法治企</li><li>实现绿色高质量发展</li><li>按时足额缴纳税收</li><li>带动就业</li></ul>   |
| 股东    | <ul style="list-style-type: none"><li>良好投资回报</li><li>资产保值增值</li><li>公司规范治理</li></ul>         | <ul style="list-style-type: none"><li>合规经营</li><li>积极分配利润</li><li>完善信息披露</li></ul>                     |
| 消费者   | <ul style="list-style-type: none"><li>食品安全</li><li>贴心服务</li><li>产品质量</li><li>消费者健康</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>加强食品安全管理</li><li>完善售后服务</li><li>客户跟踪回访</li><li>宣传理性饮酒</li></ul>  |
| 员工    | <ul style="list-style-type: none"><li>权益保障</li><li>职业发展</li><li>身心健康</li></ul>               | <ul style="list-style-type: none"><li>签订劳动合同</li><li>完善薪酬福利</li><li>健全人才培养体系</li><li>平衡工作与生活</li></ul> |
| 经销商   | <ul style="list-style-type: none"><li>政策支持</li><li>合作共赢</li></ul>                            | <ul style="list-style-type: none"><li>制定科学的营销政策、政策激励</li><li>经销商培训</li></ul>                           |
| 供应商   | <ul style="list-style-type: none"><li>公平公正采购</li><li>遵守守信</li></ul>                          | <ul style="list-style-type: none"><li>责任采购</li><li>友好合作</li><li>供应商审核</li></ul>                        |
| 社区    | <ul style="list-style-type: none"><li>开展社会公益</li><li>助力社区发展</li></ul>                        | <ul style="list-style-type: none"><li>社会公益慈善</li><li>社区投资</li><li>助力乡村振兴</li></ul>                     |
| 环境    | <ul style="list-style-type: none"><li>绿色环保</li><li>践行“双碳”</li><li>污染治理</li></ul>             | <ul style="list-style-type: none"><li>完善环境管理体系</li><li>打造白酒行业标杆企业</li><li>生态建设</li></ul>               |

## 实质性议题识别

贵州茅台结合公司发展战略和实际运营情况，以及国内外社会责任发展趋势、行业特性，梳理出与企业经营活动最为相关、利益相关方最为关注的议题，将其作为公司社会责任工作及社会责任沟通的重点，进一步推动公司可持续发展。

公司治理

可持续发展管理  
公司治理  
依法经营  
风险防控  
遵守商业伦理

经济责任

产品质量与安全  
负责任营销  
科技创新  
数字化转型  
推动行业发展

环境责任

节能降耗  
水资源管理  
包材与废弃物  
碳排放管理  
污染治理  
绿色供应链  
生态保护

社会责任

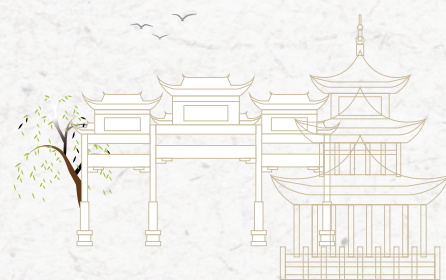
保护投资者权益  
保障员工权益  
维护伙伴权益  
健康与安全  
疫情防控  
乡村振兴  
公益慈善



# 公司治理

壹

企业管治  
风险管控  
依法经营  
商业伦理



贵州茅台大力推进现代企业制度建设，健全完善法人治理结构，有效落实风险管控，坚持依法合规经营，强化商业伦理管理，以实际行动促进企业治理能力全方位提升，推动公司稳健高效运转，助力长期可持续发展。





## 企业管治

贵州茅台严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和中国证券监督管理委员会、上海证券交易所发布的有关公司治理的规范性文件要求，结合公司实际情况，积极推动公司治理结构优化，持续完善薪酬体系，保障公司透明规范运营。

### 治理架构

我们不断优化法人治理结构，通过修改公司《章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》，进一步厘清股东大会、董事会、监事会权责边界，形成各议事机构各司其职的治理模式。

| 股东大会                                                                                                                                    | 董事会                                                                                                                                                                                                                                          | 监事会                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <p>严格按照《章程》召开股东大会，认真开展会议通知、会议审议、会议表决等工作，有效保障股东享有平等地位并有效行使其知情权、参与权、质询权、表决权等股东权利。2021年，公司组织召开1次年度股东大会，审议通过8项议案；组织召开1次临时股东大会，审议通过7项议案。</p> | <p>董事会由6名董事组成，其中独立董事3名，职工董事1名。董事会下设战略委员会、审计委员会、风险管理委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，发挥专业知识对提交的议案进行事前审议和把关。2021年，董事会组织召开13次会议，审议通过46项议案。董事会下设专门委员会召开7次会议，审议通过18项议案。其中，审计委员会召开4次，审议通过12项议案；战略委员会召开1次，审议通过1项议案；提名委员会召开1次会议，审议通过2项议案；风险管理委员会召开1次，审议通过3项议案。</p> | <p>监事会依法依规行使其监督职能，促进公司治理机构的协调运转和有效制衡。2021年，监事会组织召开5次会议，审议通过11项议案。</p> |

贵州茅台治理架构



### 薪酬体系

我们建立完善、透明的薪酬管理体系。公司高级管理人员实行年薪制，按贵州省国资委和公司有关规定执行；中级管理人员实行准年薪制，根据不同系统的工作性质、责任权益、风险、绩效等因素综合确定相应的薪酬水平；一般员工主要实行岗位绩效工资制，并按照不同管理需要采取工资总额承包制等方式，参考劳动力市场薪酬水平，根据不同系列和岗位的技术含量、知识含量、劳动强度和绩效等要素确定其薪酬水平。

## 风险管控

贵州茅台不断加强内控体系建设，提高风险抗御能力。完成公司及其 6 家子公司 2020 年度内部控制评价工作，及时下发内部控制评价缺陷整改通知。组织开展公司及其 6 家子公司 2021 年度内部控制评价工作。制定新版内控手册，包含一级业务流程 15 个，二级业务流程 77 个，更新控制点 796 条。加强项目结算审计工作，严格审查重点工程项目建设规范性、合法性，项目可研论证、立项审批、招投标文件等资料，项目现场踏勘 30 余次，推进审计监督前移。2021 年完成内审结算审计 431 项。



2021 年  
更新控制点  
**796** 条



2021 年  
项目现场踏勘  
**30** 余次



2021 年  
完成内审结算审计  
**431** 项



# 依法经营

贵州茅台按照“一融合、两转变、三防线”的思路和原则，提升合规经营能力，为公司高质强业发展保驾护航。

## 依法治企

我们强化法律审核把关，充分发挥法务的规范保障作用，实现法治全面融入中心、全程融入业务、全力形成壁垒。全年依法合规处置法律纠纷案件39件，切实维护公司利益。开展法治宣传教育活动，全年自主和协助普法场次70余次，加强企业法治文化建设。2021年，企业规章制度、经济合同、重大决策的法律审核率为100%。



2021 年  
依法合规处置法律纠纷案件  
**39** 件



2021 年  
自主和协助普法场次  
**70** 余次



2021 年  
经济合同的法律审核率为  
**100**%

## 知识产权

我们高度尊重并维护知识产权，深入实施企业知识产权战略，持续加强自主知识产权申报、培育与运用，积极利用驰名商标认定为知识产权赋能，提升企业核心竞争力。截至2021年底，拥有有效专利197件，著作权40件。

## 市场维权

我们全面加强市场维权工作，完善投诉举报机制，畅通打假维权通道，推进大数据维权工作，严厉打击制假售假行为，保护茅台品牌声誉。2021年，公司配合执法部门办理侵犯茅台知识产权案件3412起，开展专项行动2753次，民事索赔案件422起，民事索赔2000余万元。

# 商业伦理

贵州茅台恪守商业伦理，深入推进商业贿赂行为治理，健全公平竞争审查机制，致力于打造诚信经营、公平竞争的企业形象。

## 反商业贿赂和道德腐败

我们坚持诚信经营，遵守业务所在地所有适用的反商业贿赂法律法规，禁止为获得或保留业务、获得任何其他不正当利益实施贿赂和腐败行为。积极建立反贿赂管理体系，加强对“一把手”和领导班子的监督。制定完善商业贿赂工作的管理办法或细则，修订印发《员工违纪违法行为处理办法》。将反腐败和反贿赂的控制措施有效地嵌入公司业务活动和流程，系统梳理营销、基建、采购、供应、广告、组织人事等重点领域廉洁风险点，细化防范举措60余条。实行销售省区派驻纪检监察员监督制，研究制定《关于员工利用茅台酒谋取私利的处理规定》，严肃查处贿赂行为。对利益输送、设租寻租、化公为私、对外投资合作等方面开展专项整治，全面深入清理排查并推动问题整改。加强对重要部位、重要环节人员廉洁从业的监督与管理，以茅台廉政教育馆为载体开展警示教育7156人次，推进警示教育全覆盖。持续加大惩治腐败力度，推动反腐败向产业链上下游延伸。

## 公平竞争

我们严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》以及相关法律法规，坚持公平竞争的原则，积极维持正常市场经济秩序。建立并形成反不正当竞争的管理机制，实行产品评审制度，对新产品严格执行侵权、不正当竞争情况审查，审查合格方可投产。推行反不正当竞争相关法律法规的普法宣传。完善市场化交易制度机制，以公平公正的原则维护供需双方关系，促进供应商合法、合规、有序良性竞争。2021年，公司未发生损害其他经营者合法权益、扰乱社会经济秩序的行为，无针对公司的反不正当竞争案件发生。

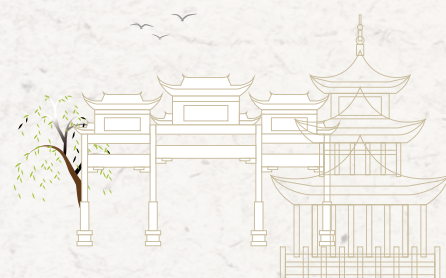




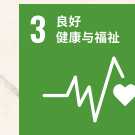
# 经济责任

贰

卓越品质  
科技创新  
智慧茅台  
行业发展



贵州茅台坚持以高质量发展统揽全局，始终坚守“质量是生命之魂”，不断强化全过程场景全员工的质量管控，深入推进“科技增能”，加快“智慧茅台”建设，深化对外交流互鉴，持续提升企业核心竞争力，开启高质强业新篇章。





# 卓越品质

贵州茅台树牢新时代五匠质量观，构建“365 质量管理体系”，持续完善全链质量管控体系，强化质量文化建设，以新思维、新行动巩固提升茅台品质的最强核心竞争力，持续打造卓越品质的产品。

## 产品创新

我们持续优化产品结构，强化产品开发设计，适时推出适销对路的新产品，服务消费者需求。

| 贵州茅台酒销售有限公司                                                                   | 贵州茅台酱香酒营销有限公司                                                                                                                          | 贵州赖茅酒业有限公司                 |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| ▼<br>53%vol 500ml贵州茅台酒（珍品）、53%vol 500ml贵州茅台酒（壬寅虎年）、53%vol 375ml×2 贵州茅台酒（壬寅虎年） | ▼<br>53%vol 500ml茅台迎宾酒(紫)、53%vol 2.5L贵州大曲酒（辛丑牛年）、53%vol 500ml茅台王子酒（辛丑牛年）、53%vol 2.5L茅台王子酒（辛丑牛年）、53%vol 500ml华堂酒（3.0）、53%vol 500ml圆梦圆满酒 | ▼<br>53%vol 500ml赖茅酒（辛丑牛年） |



53%vol 500ml贵州茅台酒（珍品）



53%vol 500ml贵州茅台酒（壬寅虎年）



53%vol 500ml茅台王子酒（辛丑牛年）



53%vol 500ml赖茅酒（辛丑牛年）

## 五匠质量观

“五匠”指质量的匠心、匠魂、匠术、匠器和匠人。树立五匠质量观，就是要永葆质量匠心、铸牢质量匠魂、炼就质量匠术、精制质量匠器、锻造质量匠人，以此呵护茅台生命之魂，推动茅台实现高质量发展。

### 永葆质量匠心

匠心就是茅台人始终坚持精益求精、品质为先的初心。新时代新征程上，如何抓好生产质量实现高质量发展，永葆质量匠心，就是要围绕五匠质量观和“365”质量管理体系，持续推进茅台质量管理现代化，巩固提升茅台品质的最强核心竞争力。

### 铸牢质量匠魂

匠魂就是一切生产质量工作都要贯彻“质量是生命之魂”的理念。新时代新征程，落实“质量是生命之魂”理念，就必须让品质成为信仰，成为全体员工根植于内心最深处的价值认同、奋斗指南和动力源泉。

### 炼就质量匠术

匠术就是生产质量管理的方法论。要坚持PDCA闭环管理，持续完善“4Q”（质量策划、质量管控、质量改进、质量基础）立体化质量管控体系，持续提高质量管理水平。具体就是，落实全过程、全场景、全员工三大控制论。

### 精制质量匠器

匠器就是生产质量管理的标准支撑和技术支持，是提升质量管理现代化水平，持续赢得未来竞争的关键一环。

### 锻造质量匠人

匠人就是茅台的工匠。要始终把工匠作为茅台高质量发展的第一资源，着力培育打造一流的工匠队伍、一流的科研团队和一流的管理精英，合力撑起茅台质量的天。

## “365”质量管理体系

实现质量管理体系更加完善、全域质量均衡发展、质量水平整体跃升三个目标

抓好全员质量共治、全域质量协同、全生命周期质量管控、全员全面全过程质量监督、质量生态协同发展共同体构建和质量治理能力现代化等六项任务

做好组织领导、人才支撑、经费支持、督查考核、舆论宣传等五大保障



## 全链质量管控

我们将质量管控贯穿生产经营全过程，从采购质量、过程质量、产品质量、服务质量维度推进全链质量管控工作，不断完善质量管控体系，确保始终如一的卓越产品质量和服务质量。2021年，公司制酒、制曲生产整体稳定、过程可控，酱香产量和完成酱香班组占比实现“双提升”。

**把好“入口关”。**原料方面，持续优化“即收、即检、即调”流程，加强对原料供应商管理，确保原料供应质量。包贮材料方面，对重要物资前移“检验关口”，排查供应链生产加工过程存在的风险。对供应商开展技术指导、质量培训和驻厂质量帮扶等，提高管控水平。2021年，高粱、小麦、瓶盖等关键采购物资的抽检合格率、验收合格率稳步提升，原料、包装材料过程使用不良率始终保持在极低水平，茅台酒用高粱、小麦使用不良率均为0。

**守好“过程关”。**2021年，茅台酒和茅台酱香系列酒用大曲黄曲率、成曲率等大曲质量指标保持稳定，基酒产量、酱香比例处于合理范围，缺陷酒控制在极低水平，勾兑过程基酒利用率和勾兑合格率双提升。包装过程产品一次抽检合格率达到99.999%，为历史最高水平。

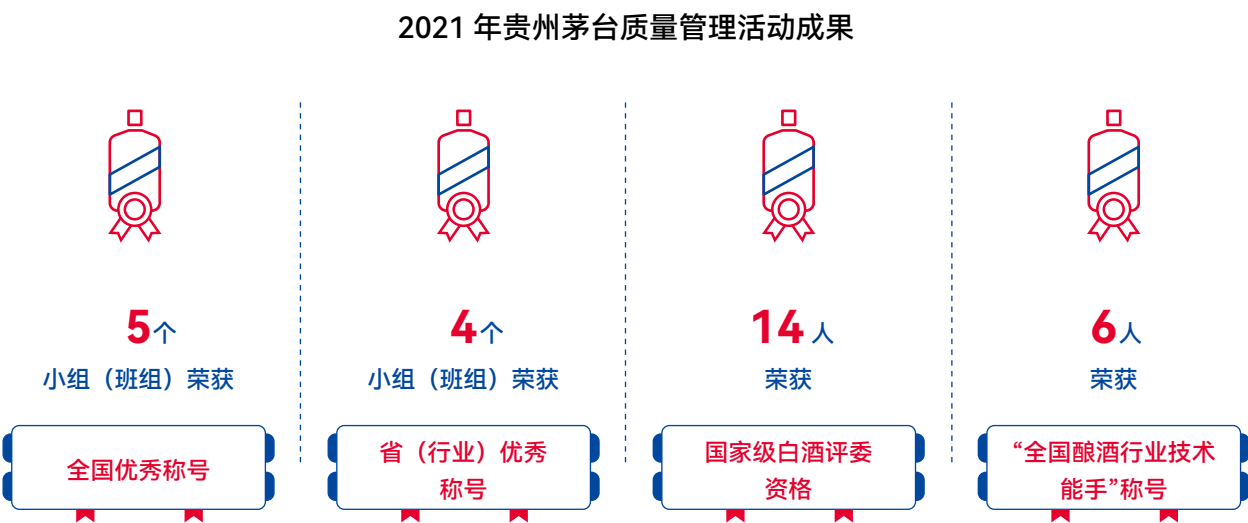
**筑牢“产品关”。**产品质量保持稳定，对包装6351个班次产品实施全过程、全指标、全批次监控，确保出厂产品质量。批次检验覆盖率、包装成品抽检合格率和出厂产品合格率均保持100%。

**强化“服务关”。**坚持“行动换取心动，超值体现价值”服务理念，建立服务标准，优化服务流程，借助信息化平台解析市场数据，开展满意度调查，以顾客需求有效促进产品质量提升。2021年，茅台酒销售公司顾客满意度为87分，同比提升2.3分，客户投诉解决率100%；酱香酒公司顾客满意度为89分，同比提升2分，客户投诉解决率100%。



## 质量文化建设

我们通过组织开展多形式、多层次的质量活动，推进质量文化建设。2021年，开展以“凝聚质量共识，构筑质量共治”为主题的“质量月”活动，开设“质量大讲堂”，进一步深植质量信仰。建设质量圈、QC小组、质量信得过班组和开展质量文化交流，组织先进质量管理方法工具培训学习和资格考试，全员质量素养进一步增强，形成全产业链质量理念“共享、共识、共振”。





## 科技创新

贵州茅台不断加大科技创新投入，完善管理机制，优化平台建设，加强人才引进、培养与使用，推进成果转化应用，打造集研发创新、产教融合和成果转化于一体的业内一流创新研发平台，为高质量发展注入强劲动力。2021 年公司科技研发投入 1.90 亿元，同比增长 43.94%。

### 科技管理机制

我们坚持科技赋能，以科技创新会、项目评审会、技术交流会、项目督查为主要管控手段，确保科技创新工作走深、走实。2021年召开项目评审会对45个技术创新项目及方案进行科学论证，为公司决策提供科学意见。召开专项工作汇报会10次，形成技术指导建议和意见64条，启动《工艺技术攻关三期计划》，扎实推进工艺技术攻关工作。深入贯彻落实科技创新改革任务，优化科技创新管理架构，增设二级机构，建立适配性更加科学和规范的科技创新统筹管理服务机制。

### 科技创新平台

我们围绕白酒酿造、品评勾调、技能提升、质量检测等加大科技创新平台建设力度。目前，已建成1个国家级实验室（CANS国家检测实验室）、1个协会级技术研究中心（中国轻工业酱香型白酒酿造工程技术研究中心）、2个省部级创新平台（贵州省酿酒工程技术研究中心、品评勾调技能大师工作室），有力提升白酒酿造技术解析和品质提升研究的自主创新能力和水平。2021年引进各类研发设备设施等13台（套），不断充实科技创新硬件平台。

### 人才队伍建设

我们启动《关于建设科技创新人才高地的实施方案》，不断提升研发、科技战略咨询、科学技术服务和科技管理等人才基础。推进中国工程院院士、行业中青年专家等高、中层次人才引进工作，开展学历提升计划，送外联合培养博士3名，申报中高级工程系列职称40多人，不断优化人才梯次结构。

### 科技成果转化

我们围绕酿造环境、酿造原料、酿造微生物、白酒风味与品质、酒类食品安全等重点研究领域，扎实开展专利培育、成果转化等工作。2021年，申请专利57项，授权专利8项；取得国际领先科技成果鉴定4项、国际先进科技成果鉴定1项；发表论文SCI收录5篇，EI收录1篇；荣获中国酒业协会科学技术奖三等奖1项、贵州省职工“五小”优秀创新成果一等奖和优秀奖。

| 2021 年贵州茅台科技创新成果应用（部分）                                    |                                                         |                                                                 |                                                   |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| “固态发酵乳酸代谢调控技术”“基于组学的微生物检测技术”等一批创新成果得到应用，实现科技成果转化成果及应用10项。 | 发明基于食品组学的酿酒专用原料品质特征评价方法，完成6个优良品系酿酒高粱的筛选和3个酿酒专用小麦新品种的审定。 | 构建形成以酿造微生物多样性、稳定性和功能微生物代谢机制为三大核心的研究方法体系，完成39种关键功能微生物代谢通路的绘制与解析。 | 建立基于MALDI-TOF质谱分析的酵母菌和乳酸菌鉴定方法，初步构建茅台酿造微生物质谱生物信息库。 |

## 智慧茅台

贵州茅台大力推进“智慧茅台”建设，提升重点领域、重点环节信息化程度，加快数字赋能，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级。

### 信息化数字底座

我们围绕“云、数、网、安”等数字底座，着力推动大数据、云计算、人工智能、5G等新技术的场景化、规模化应用，加快构建以ICT关键基础设施+核心业务平台为基础，支撑业务流程优化和业务战略实施的数字化架构，致力于形成高可靠性、高可控性、可扩展性的数字化基础设施能力。

### 业务赋能

我们围绕“业务可视、流程可溯、结果可信、安全可靠”目标，推进市场营销、供应链、运营管控、园区管理、流通溯源等领域信息系统建设，拉通业务流程，有效整合上下游业务，着力提升业务赋能、数字化运营、企业现代化治理能力和水平，推动全产业链创新。

### 数据治理

我们围绕数据“聚、通、用”，着力规范数据标准，打通产业链上下游数据通道，有效汇聚数据资源，形成数据资产，推动系统集成、数据共享、融合互通，努力让数据在全产业链、各业务域跑起来、用起来。

## 行业发展

贵州茅台充分发挥白酒领军企业的作用，积极参与行业标准建设，加强行业互动与交流，推动白酒行业高质量发展。

### 推动行业技术标准体系建设

2021年，我们开展技术标准制修订30多项，其中，主导国家标准《白酒质量要求 第4部分：酱香型白酒》制订1项，参与《消费品追溯 追溯体系通则》《定制消费品设计与生产质量控制指南》等国家标准起草工作2项，复审国家、行业及团体标准7项，公司级技术标准会审24项、评审14项。

### 牵头行业标准化工作

作为贵州省唯一的标准化分技术委员会秘书处，我们开展了全国白酒标准化技术委员会酱香型白酒分技术委员会换届工作，参与组织召开了“《白酒质量要求 第4部分：酱香型白酒》国家标准起草启动会”，探讨了未来行业标准化工作重点，以提高产品品质、保护产业微生态等为原则开展标准制修订工作，有效推动行业标准体系高质量发展。

### 行业沟通交流

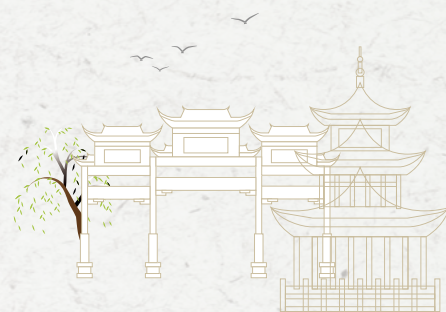
我们坚持探索更加积极有效的对话合作机制，支持和参与行业主办的“2021贵州白酒企业发展圆桌会议”“第十届中国白酒T9峰会”等活动，多年以来保持与中国质量协会、中国轻工业联合会和贵州省质量协会的群众性质量管理活动成果交流互动，积极与行业协会、科研院所、企业在搭建技术创新合作交流平台、坚持社会责任共担共建共享、持续推动行业自律等方面开展深入交流互鉴，持续营造良好的外部环境，助力中国白酒行业持续竞合发展。



# 环境责任

叁

环境管控  
水资源管理  
能源及气候变化应对  
绿色供应链  
生态保护



贵州茅台坚定不移走好绿色发展道路，以建设“一基地一标杆”为目标，不断提升生态环保综合治理能力，扎实推进水资源管理、污染治理、节能降碳、绿色供应链建设、生态保护等工作，守护绿水青山，走出一条生态美、企业兴的可持续发展道路。





## 环境管控

贵州茅台坚持问题导向、强化顶层设计、推进生态提升，聚焦“气、水、渣、绿、碳”等方面，不断建设施、优机制、强监管、做保障，切实保护好茅台赖以生存发展的生态环境。

### 加强环境管理

我们严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等环境相关法律法规，持续完善生态环保管控体系，围绕“一基地一标杆”目标，实施“五大专项工程”，开展“五大专项行动”。编制《关于建设习近平生态文明思想实践示范基地和打造白酒行业生态环保标杆企业总体方案》，逐步提升生态环境综合治理效能和治理体系现代化水平。制定环保责任制清单，层层签订环保责任书，发布实施《生态环保管理规定》《生态环境保护工作考核细则》等环境管理制度，开展环境因素识别管控和突发环境事件应急演练，定期实施环保专项考核，确保生态环保工作的持续性、长效性。完成“贵州茅台酒股份有限公司3万吨酱香系列技改工程及其配套设施项目（第一批）”等4项建设项目竣工环境保护验收工作。

| “一基地一标杆”                              | “五大专项工程”                      | “五大专项行动”                                       |
|---------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------|
| 建设“习近平生态文明思想实践示范基地”和打造“白酒行业生态环保标杆企业”。 | 增水工程、提气工程、固土工程、护微工程、生态系统平衡工程。 | 节能降碳增效行动、绿色产品设计行动、产业链绿色转型行动、绿色科技创新行动、绿色低碳生活行动。 |

### 开展环保宣传

我们通过深入开展生态环保宣传教育、广泛开展环保活动、邀请专家现场授课等多种形式，厚植环保理念，积极营造全员参与生态环境保护浓厚氛围。2021年，公司累计为生产一线员工、新进厂员工开展生态环保宣讲6次，组织7期“青青赤水”茅台青年志愿者巡河行动，积极推进“六五”世界环境日等活动，开展环保政策理论学习培训和宣传调研，着力提升广大干部员工生态环境保护意识和参与生态环境保护的积极性。



贵州茅台酒股份有限公司获贵州省 5A 级“生态酿酒企业”称号

## 水资源管理

贵州茅台严格遵循水资源可持续利用原则，加强水资源管理力度，构建科学“取水、用水、治水”体系，创建基于赤水河水生态健康的茅台水循环模式。

### 水资源使用

我们将节水减排视为环保工作的重点，从生产、办公、生活等方面积极降低取水量及排水量，提高水资源利用率。2021年，在公司本部建设并投入使用23套冷却水循环利用系统，在和义兴酒业分公司全面推广风冷技术，有序推进供水管道暗改明、能源计量二期等项目，年降低用水量约500万立方米。

### 水污染治理

我们严格规范污水收集与处理过程，不断优化厂区清污、雨污分流管网系统，实施污水处理设施市场化运营，制定第三方运营管理办法及考核细则，定期检查考核污水处理厂及在线监测系统运行情况，现有五座污水处理厂处理能力达到2.3万吨/日，2021年处理废水总量为268.1万吨，符合《发酵酒精和白酒工业水污染物排放标准》表三直排标准。主动开展中水利用探索，将处理达标后的中水再次利用于绿化养护、地面冲洗等，提升水资源利用效率，2021年中水回用量约33.4万吨。全年COD排放58.84吨、减排6951.67吨，氨氮排放1.65吨、减排112.83吨。污染物总量减排自行监测完成率100%，公布率100%。





# 能源及气候变化应对

贵州茅台以最大力度厚植绿色基底，不断节能、减排、降耗、增绿、循环，倾力打造山青、天蓝、水绿、地洁的酿造生态和生产环境，为化解气候变化危机贡献茅台力量。

## 节能降耗

我们推进能源计量基础工作全力攻坚，做精做细能源“取耗排”，加强耗能监管考核，推动综合能耗降低。实施能源计量系统建设，完善能源计量监测，提高管理水平。开展供电节能设备改造、节能灯具改造等项目，推进节约使用电能。发布节电倡议，倡导办公区域合理使用空调、照明灯等，车间合理使用生产用电设备，培养节约用电意识。完成高耗能变压器、电机等的淘汰更换，进一步降低电耗。下一步将建设智能化供配电管理系统，提高供用电管理水平。在新建物流园项目强化节能环保设计，从建筑、电气、暖通等多方面节能，通过合理布局能源中心、加强能源分级监测与监测管理等方式，节约资源能源。2021年，公司生产年度单位产品耗电1124.56千瓦时/千升，耗天然气1300.61立方米/千升，综合能耗1630.83千克标煤/千升。

## 碳排放管理

我们用实际行动践行低碳理念，推进温室气体减排。制定公司双碳规划实施纲要，初步构想公司碳中和规划，制定思路，开展减碳行动路径，即将开展碳盘查工作。实施“绿色低碳、零整结合、两点一线”的上下班通勤模式，鼓励员工搭乘公务车，推动厂区公务通勤车逐步更换为天然气汽车，占比86%。

## 污染控制

### 废气控制

我们不断加强废气监测及治理，提升气象监测评价能力和大气污染物防范治理水平，构建完善的产区大气污染物防范治理体系。推进安装锅炉烟气在线监测系统，废气排放实时监测，准确预警。持续正常运行33台燃气锅炉，使用天然气清洁能源和低污染排放的锅炉，烟气中SO<sub>2</sub>、NO<sub>x</sub>排放分别低于1.9mg/m<sup>3</sup>、80mg/m<sup>3</sup>（均低于国家标准的100mg/m<sup>3</sup>、150mg/m<sup>3</sup>），从2020年起新增的锅炉执行NO<sub>x</sub>≤30mg/m<sup>3</sup>的排放标准，有效减少二氧化硫、氮氧化物排放量，降低对周围环境的影响。2021年，锅炉废气污染物排放浓度均低于国家排放标准要求。推动厂区公务通勤车逐步更换为天然气汽车，推行员工车辆单双号限行，厂区每年可减少尾气排放1.2亿立方米，实现空气质量优良率98%以上。全年SO<sub>2</sub>排放量为3.39吨，NO<sub>x</sub>排放量为79.89吨。

### 固体废弃物控制

我们强化固体废弃物管理流程，推行垃圾分类处理及循环化利用。立足“生态循环、回归自然”发展理念，积极探索循环经济发展新模式，投资建设茅台生态循环经济产业示范园，以“酒、气、肥、农”系列项目为主线，将茅台酒生产过程中产生的废酒糟、废窖泥、废曲草等固体废弃物进行资源化利用，实现茅台酒酿酒原料“从土里来，到土里去”的资源化环保利用目标。2021年茅台酒废窖泥、废曲草、废酒糟实现资源化利用率达100%。

### 危险废弃物控制

我们严格按照《国家危险废物名录》进行危险废物识别，设定危废物暂存间，建立危废物管理台账，加强收集、贮存、运输、处置全过程全方位管理，落实检查考核监督，聘请具备资质单位集中处置，避免造成环境污染。2021年，共处置危险废弃物约37.32吨，其中，废旧机油3.61吨，危险化学品废弃物及实验废液11.76吨，废铅蓄电池9.43吨，其他危险废弃物12.52吨。无害化处理率达100%，无环境污染及破坏事件发生。



## 绿色供应链

贵州茅台将绿色发展理念贯穿到产供销全过程，不断提升生态环保系统化水平，精心打造一条“绿色供应链”。

### 绿色采购

我们充分考虑环境保护、资源节约、循环低碳和回收利用等，积极践行绿色采购。坚持“质量从土地抓起”的方针，建设有机原料基地，实现原辅料绿色种植；强调“绿色采购”原则，依照绿色环保、食品安全标准，择优选用供应商，推动供应商履行绿色环保责任。2021年，免费为原料基地农户提供绿肥种子1650吨、有机肥12.07万吨，对高粱的种植过程进行监督管理，全过程严禁投入使用任何人工合成的肥料、农药、生长调节剂、饲料添加剂，降低化学农药对土壤、水资源以及生物多样性的破坏，有效控制农业环境污染，切实保护生态环境。此外，在生产物料的采购中，积极倡导供应商研发新材料、新工艺、优先选用绿色易降解包装材料，减少环境污染。在设备采购中，优先选择节能效率显著、性能比较成熟的产品设备，突出节能效果。

### 绿色包装

我们在包装材料选用上融入绿色、环保、生态理念，不断创新研发新材料和技术工艺，制作100%天然麻质原料的物资装配专用袋，采用有机大豆油墨、水性胶、水性膜包装印刷等。严格遵守《产品开发管理程序》《新产品开发包装材料限制要求》，按要求执行文件中“禁用、限用”内容，产品开发中尽可能采用可降解、可回收利用、可重复使用的包装材料，减少采取瓷瓶设计，化繁为简去除产品设计中的冗余装饰。出台《包装材料禁用限用清单》，将环境不友好的包装材料列入禁用限用清单。全面梳理包装车间生产过程废弃物，设置专门区域将包材包装物（纸箱、打包带）、白色乳玻瓶等可回收垃圾做好分类堆放，第三方全年回收报废纸渣3000余吨，废塑料约142吨。



## 生态保护

贵州茅台高度重视生态环境保护，尊重自然、顺应自然、保护自然，围绕保护赤水河生态、建设绿色厂区、保护生物多样性等持续发力，推动形成人与自然和谐共生新格局。

### 保护赤水河生态

我们主动融入贵州“国家生态文明试验区”建设发展大局，以最大的力度开展赤水河生态保护，扎实推进区域“山、水、林、土、河、微生物”生命共同体整体保护。从2014年起，公司计划十年累计出资5亿元，专项用于赤水河流域生态环境保护。规划茅台酒中长期生态环境保护的缓冲区和禁建区，投入大量资金及时开展绿化植被修复，全力促进区域生态恢复。此外，发起“走进源头·感恩镇雄”等公益活动，推动《世界酱香型白酒核心产区企业共同发展宣言》发布，引领区域白酒企业共同关注流域协同发展与生态环境保护。同时，全力推进地方立法机构对区域生态环境保护立法，将“水、空气、土壤、微生物、文化遗产、规划建设”等领域作为重点立法保护对象，更好地保护不可复制的生态环境。



2021年5月起，贵州茅台每月开展“青青赤水”茅台青年志愿者巡河行

2021年，我们启动“青青赤水”茅台青年志愿者巡河行动，开展环境污染调查、禁渔宣传、环保宣传、净滩、生物多样性记录等赤水河巡护活动。全年活动共开展7期，行走总里程约20公里，拾捡垃圾64千克，识别164种动植物。

### 绿色厂区建设

我们坚持抓好厂区绿化养护、绿植移栽等美化工作，打造绿色厂区。2016年以来，每年组织员工参与“茅台共青林”护林增绿活动，累计建成“茅台共青林”面积约140亩。2021年，公司投入0.7亿元，完成中华“十三五”规划区域制酒、制曲车间景观绿化工程等项目。

### 绿色办公

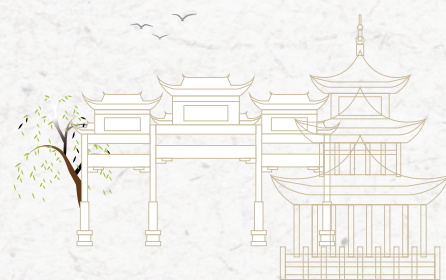
我们积极推进信息化管理，通过开发、建设一系列平台应用实现无纸化办公，节约资源。2021年，优化OA协同办公系统，系统累计创建流程41.83万条，大约累计节约用纸20.87吨（按平均每条流程及附件10张A4纸计算）。



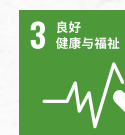
# 社会责任

肆

投资者权益  
客户责任  
伙伴共赢  
员工成长  
社会贡献



贵州茅台深知企业的可持续发展离不开利益相关方的支持，参与，用心呵护投资者、客户、供应商、经销商、员工和社区等，多措并举保障权益，携手共创价值，赋能共同发展，为构建和谐社区贡献力量。





## 投资者权益

贵州茅台始终把股东关系工作放在重要位置，依法合规做好信息披露，多渠道加强投资者沟通，不断健全投资者分红机制，切实维护投资者合法权益。

### 信息披露

我们认真贯彻落实上市公司信息披露有关法律法规和《公司信息披露管理办法》要求，履行信息披露义务，规范信息披露行为，真实、准确、完整地披露有关信息。2021年度，公司共披露定期报告4份、临时公告30份。

### 多元沟通

我们不断完善投资者关系管理工作机制，通过多方式和多渠道，与投资者开展有效沟通交流。全年接听投资者电话超2000个、处理电子邮件超2000封、召开电话会议14次、视频会议18次、举办网上业绩说明会1次、接待实地调研及座谈交流8次，努力推动公司与投资者之间建立通畅、和谐的良好关系。

### 持续回报

我们坚持每年进行现金分红，以最实际、最实在的方式回馈股东，共享发展成果。2021年度，公司实现归属于母公司所有者的净利润524.60亿元，同比增长12.34%。截至2021年6月25日，累计现金分红达1213.55亿元，约为上市募资净额的60.80倍，占上市以来净利润总额的47.46%，近六年的现金分红比例均超过50%。

贵州茅台酒股份有限公司现金分红明细表

| 现金红利发放日   | 分红派息方案               | 派发现金红利总额（亿元） | 总股本（万股）   |
|-----------|----------------------|--------------|-----------|
| 2019-6-28 | 每 10 股派 145.39 元（含税） | 182.64       | 125619.78 |
| 2020-6-24 | 每 10 股派 170.25 元（含税） | 213.87       | 125619.78 |
| 2021-6-25 | 每 10 股派 192.93 元（含税） | 242.36       | 125619.78 |



2021年9月，贵州茅台召开2021年第一次临时股东大会

## 客户责任

贵州茅台坚持以消费者为中心，不断优化客户服务体系，开展负责任营销培训，拓宽销售渠道，健全售后服务机制，快速处理客户投诉，做好产品回收与更换，保护消费者信息，提升客户满意度，合理满足消费者需求。

**推进责任营销。**根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》等，制定了《茅台酒经销体系市场宣传推广管理办法》《总经销产品（品牌）管理指导原则》等制度，对公司开展广告宣传的管理、申请及审批流程、广告宣传禁止性行为等作了详细规定。组织开展包括各渠道单位业务经理、客服经理、门店经理等管理人员近千人的责任营销培训，培训内容包括相关法律法规、打假保知、终端系统运用等内容。通过多维度、多层次，精准高效的稳市稳价组合措施政策，确保市场总体稳定。针对元旦春节、中秋国庆等传统销售旺季，加大产品投放，确保茅台酒市场稳、价格稳。

**倡导理性饮酒。**2016年担任中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会当值主席单位。针对理性饮酒三大问题领域，即酒驾、未成年人饮酒、过量饮酒，每年在全国范围内参与和开展理性饮酒宣传周活动。2021年12月，公司在全省区近1000家自营店、经销商门店及1500多家大型商超门店开展理性饮酒宣传周线下门店活动，让“理性饮酒”的理念在更多的消费者心中产生共鸣，向全社会发出拒绝酒驾的倡议，呼吁人们文明出行，树立茅台良好形象。

贵州茅台酒销售有限公司客户服务体系

#### 缓解供需矛盾

深化茅台酒营销体制改革，拓展商超卖场、电商、团购等渠道，加大自营渠道建设和自营投放，缓解供需矛盾，平抑终端零售价格，保障市场持续向好。

#### 优化服务体系

持续运营7\*24小时的4008189999服务热线，为客户提供咨询和投诉渠道；结合第五代客服智能质检、语音导航、外呼AI机器人等智能技术，监控全流程服务质量，提高服务效率。

#### 开展体验式营销

开展茅粉活动8场、品鉴活动611场、读书会30场、联谊会97场、文化宣传2场、专项活动37场、终端推广5场、俱乐部6场，加强与消费者互动交流，打造体验式营销模式，增强消费者对茅台文化的认同。

#### 提供标准服务

专卖店严格按照“三声”（来有迎声，问有答声，走有送声）“五到”（身到、心到、口到、眼到、手到）“六心”（贴心、精心、热心、关心、细心、耐心）标准为顾客提供服务，并详细登记所售卖的每一瓶酒的相关信息，确保售后溯源，让顾客放心消费。

#### 处理客户投诉与产品更换

建立较为完善的《顾客咨询投诉管理办法》《渗漏酒兑换管理办法》《产品更换（返工）管理办法》，保护消费者权益。2021年，客户投诉解决率100%。

#### 保护消费者信息

遵循合法、正当、必要的原则，在征得消费者同意后获得消费者信息；加强信息安全管理，防止消费者隐私数据泄露；建立会员体系，专人管理会员档案，未经许可严禁查询客户信息。2021年，未发生消费者信息泄露事件。



## 伙伴共赢

贵州茅台始终秉承“合作共赢、持续发展”的原则，坚持实施责任采购，加强与供应商、经销商合作，实现互利共赢。

### 责任采购

我们始终坚持“公开、公平、公正”的采购原则，严格执行《采购管理办法》，对集中采购、自行采购、子公司采购等进行管理和监督，规范采购行为、防范采购风险；畅通信访举报渠道，确保阳光采购；创建采购信息发布平台，公开发布公司采购信息，实现采购公开透明。

### 供应商管理

我们严格按照《供应商管理办法》要求，推动供应商准入、分级管理、考核评价等工作，确保供应商供应能力和供应质量。制定原料供应商、包装材料供应商针对性管理方案，加强监管，督促整改，防范质量风险；组织开展茅台酒用小麦、高粱供应商培训，提升有机规范生产管理意识和质量观念；对8家包装材料供应商开展供货质量调查评估，对11家包装材料供应商开展“飞行检查”，稳步提高供货能力。

2021 年贵州茅台供应商管理情况

| 指标              | 2021 年 |
|-----------------|--------|
| 合作供应商数量（个）      | 502    |
| 报告期内审查的供应商数量（个） | 502    |
| 供应商受处罚数量（个）     | 7      |
| 培训供应商次数（次）      | 70     |

### 经销商管理

我们协同经销商共同维护市场秩序，推动经销商合法、合规经营。制定《总经销商产品（品牌）管理指导原则》《经销体系市场宣传推广管理办法》等制度，规范经销商市场行为；指导全国各省区常态化开展经销商月度考核，督促提升经营管理水平；组织开展经销商培训，助力全面提升产品推介能力、文化传播能力和经营管理能力。加强与经销商合作，共同全力推动贵州茅台第三代专卖店和营销平台、门店管家，促进茅台销售数字化转型的迭代升级。



2022年1月，举办2021年度贵州茅台酱香系列酒全国经销商联谊会

## 员工成长

贵州茅台秉持“员工是最宝贵的财富，人才是第一资源”观念，切实维护员工基本权益，健全人才培养和发展体系，保障安全生产与员工职业健康，落实落细人文关怀，让广大员工共享企业发展成果，实现职企共赢。

截至 2021 年底，公司员工人数为 29971 人。其中，女性员工人数为 9984 人，占员工总数的 33.3%。其中，生产人员 24868 人，占员工总数的 83.0%；销售人员 1056 人，占员工总数的 3.5%；技术人员 587 人，占员工总数的 2.0%；财务人员 222 人，占员工总数的 0.7%；行政人员 1670 人，占员工总数的 5.6%；其他人员 1568 人，占员工总数的 5.2%。

### 基本权益

#### 尊重人权

我们遵循并维护国际公认的各项人权政策，自觉抵制任何漠视与践踏人权的行。坚决杜绝针对国籍、性别、年龄、种族、宗教、孕残的歧视行为。杜绝雇佣童工和其他强制性劳动，依法与员工订立、履行、变更、解除或终止劳动合同。坚持男女同工同酬，反对用工歧视，构建和谐劳动关系。2021年，新签劳动合同266人次，改签劳动合同848人次，续签劳动合同4526人次。

#### 福利保障

我们改善薪酬结构，持续完善企业年金制度；推动健全公司多层次的养老和医疗保障体系，修订补充医疗保险管理办法，统一为员工购买人身意外伤害综合保险和安康保险；及时申报员工养老保险、医疗费、生育津贴等各项保险待遇，提高员工医疗保障水平和抗风险能力。严格执行工作时间和休息休假制度，实行法定节假日带薪休假与带薪年假制度；完善相关制度，推动育儿假期规定落地落实。

#### 民主管理

我们完善《厂务公开管理办法》，签订《工资集体协商合同》《女职工特殊权益保护专项集体合同》。主动公开业务支出预算执行情况及2021年度预算情况，保障职工知情权。广泛征集职工意见建议，开展座谈交流，支持职工代表依法监督。充分利用i茅台“同事吧”平台，回应员工诉求，促进沟通协商。

### 安全健康

#### 安全生产管理

我们坚持“安全第一、预防为主、综合治理”安全生产方针，以安全生产专项整治“三年行动”“安全生产攻坚年”为契机，不断健全安全生产管理体系，持续压紧压实安全生产责任。2021年，制定12个公司领导岗位、75个部门层级的安全生产责任清单，建立完善849个岗位的安全责任清单、风险清单和隐患排查内容清单，构建“横向到边、纵向到底、全员覆盖”的安全生产责任体系。统筹抓好安全生产综合管理、行业管理安全制度建设，制定优化《生产安全事故隐患排查治理制度》等综合安全管理制度和《建设项目消防设计评审验收移交制度》等行业安全管理制度，过程监管更加规范。全年投入安全生产经费1.84亿元，安全生产基础管理水平稳步提升。



## 安全风险防控

我们运用系统思维和风险底线思维，结合生产经营实际情况，建立隐患排查“季考核、月督查、周自查、日调度、零报告”工作机制，定期开展防火防爆、防洪防汛、地质灾害、消防、电气、老旧建筑、机械设备、特种设备等专项安全检查，坚持“半月一调度、一月一验证”，督促各类风险隐患整改到位。强化新、改、扩建项目移交前的安全检查，推进制曲系统、动力锅炉安全风险评估和职业病危害因素检测评价，以“零容忍”的态度加强风险隐患源头管控。



贵州茅台制酒十六车间的“安全生产志愿服务队”青年团员开展安全巡查

## 安全教育培训

我们严格落实全年安全生产教育培训计划和培训内容清单，以“5.12”防灾减灾日、“安全生产月”、“11.9”消防日等为契机，广泛开展安全宣传培训、以“身边事”教育“身边人”的安全警示等活动。通过送外培训、内部转训、“线上+线下”等方式，加强对新修订的《消防法》《安全生产法》等法规的学习培训。2021年，累计开展各类安全教育培训262期约24652人次，确保安全教育培训全覆盖。

## 员工职业健康

我们深入推进“我为员工办实事”和健康管理工作，切实关爱员工健康。强化职业危害风险评估，优化作业现场环境。配齐职业病防护设施，升级员工劳保用品，大幅提高劳保费用支出。组织员工健康体检，扩大体检项目癌症筛查覆盖面，增加颈腰椎、肝脏转移性肿瘤消化及神经元内分泌肿瘤等筛查项目。关注员工身心健康，开展职业健康培训5期31学时，提供心理咨询服务42人次，通过电话等形式对612名职工进行心理干预，开展心理讲座4场。

## 安全生产应急

我们建立完善应急物资库，日常储备应急物资，保障突发事件的应急需要。开展白酒火灾处置、机械伤害等各类应急演练227场，参演人次达16821人次。公司消防站实行“准军事化”管理，推进消防站“两提升一投用”，添置登高消防车、破拆消防车、清障车等先进救援装备，提升消防应急救援能力。2021年，公司5个消防站参与社会救援42次，挽回经济损失约3012万元。



贵州茅台开展消防应急演练

### 2021 年贵州茅台安全生产绩效

| 指标            | 2021 年 |
|---------------|--------|
| 较大以上火灾事故（起）   | 0      |
| 较大以上安全生产事故（起） | 0      |
| 因工死亡率（‰）      | 0      |
| 因工重伤率（‰）      | 0      |
| 因工工伤率（‰）      | 2.51   |
| 培训率（%）        | 100    |
| 整改率（%）        | 100    |

## 职业发展

### 畅通职业通道

我们制定印发《茅台酒酿造系列技术职务任职资格评定管理办法》《茅台酒酿造系列技术职务聘任管理办法》，设置包含制酒、制曲、勾兑、品评、科研五个序列和首席、特级、一级、二级、三级五个职级的技术职务通道，完善员工成长体系，构建技术与技能、行政与职称双向支撑、综合平衡的晋升通道。



贵州茅台举办四级品酒师认定培训，加快品酒师队伍建设

### 开展职业培训

我们严格按照《员工教育培训管理制度》要求，围绕生产工人实操能力提升和管理人员办公及技术加强两大目标，聚焦制酒、制曲、勾兑、品评、财务、安全、环保等重点领域，不断深化“工匠八步”培养体系，推动员工快速成长。2021年，开展各级各类员工教育培训621期，组织车间后备骨干、特种作业人员、内培师、新员工等特殊群体5000多人次开展7项专题培训。



贵州茅台酒销售有限公司举办2021年半年营销工作暨培训会，以培训带动营销创新

## 人文关怀

### 帮扶困难员工

我们制定《职工权益保障工作管理办法》，修订完善《爱心工程管理办法》，扩大“爱心资金”资助范围，提高困难补助金标准，新增对捐资人患罕见特殊重大疾病及遭受重大意外事故的资助，共分3档，最高档可获得20万元的爱心资金资助，最大限度解决员工的燃眉之急。2021年，共发放困难员工帮扶资金42.1万元，“爱心资金”资助金额155.32万元。

### 关爱女性员工

我们严格落实《女职工特殊权益保护专项集体合同》，组织开展促进性别平等、防治职场性骚扰、生育保健等主题宣传活动，依法保障女职工薪酬、休息休假等权益，开通“知心姐姐”电子邮箱，建立“孕产期心理疏导及育婴信息共享”交流群，凝聚女职工人心。2021年，为女职工采购发放358.9万元特殊劳动保护用品，组织女职工进行包含“两癌”筛查在内的健康体检。



平衡工作生活

我们通过开展丰富多彩的文体活动，展示员工才艺，增进员工交流，确保员工快乐工作、健康生活。2021年，稳步推进茅台文体中心建设及试运行，组织开展跑步接力、职工篮球赛、书法绘画、青年联谊、“爱我茅台 再创辉煌”主题分享会、“百年华诞·舞动风华”舞蹈创作比赛、文艺演出、端午祭麦、辛丑年茅台酒节等职工体育和艺术系列活动，培养员工健康生活情趣，彰显茅台人的精气神。



贵州茅台董事长丁雄军（左）慰问公司模范员工



贵州茅台总经理李静仁（左）到包装车间为员工送上降温防暑物资



贵州茅台为女性员工发放知识抢答纪念品



举办茅台辉煌70年职工体育系列活动——俯卧撑比赛

供应链劳工管理

我们严格遵守国际劳工组织核心公约，认真执行《供应商管理办法》，在倡导与供应商构建“亲清”新型供需关系的基础上，大力推动和引导供应商呵护员工的身心健康。在对供应商进行资格审查、量化评价时，把职业健康安全管理体系认证纳入供应商准入和评价标准，要求各供应商应遵守公司的健康和安全管理标准，以最大程度督促其履行对员工的社会责任，保护劳动者的各项基本人权，营造安全舒心的工作环境。

社会贡献

贵州茅台践行“大品牌大担当”的企业社会责任感，接续推动道真县乡村振兴，持续开展公益慈善行动，勇于投身疫情防控和抢险救灾，联合经销商真情奉献社会，传递温暖。

乡村振兴

我们认真落实中央、省委巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接部署要求，充分发挥“1+10+1”帮扶模式作用，进一步整合资源，集中优势力量，以更高标准推进道真乡村振兴。

建强帮扶工作队伍

我们选派优秀年轻干部到道真担任驻村第一书记、干部和帮扶工作队员，对帮扶工作中表现优异、成绩突出的同志进一步提拔任用，圆满完成2021年乡村振兴驻村轮换工作。制定驻道真帮扶工作队管理办法，推动帮扶工作落地落实。探索人才培养新路径，与赤水市互派挂职干部，为推动项目建设、发挥党建引领、促进旅游产业发展等培养储备人才。加强农业技术指导，携手道真县农业农村局组织乡镇农业服务中心负责人、种植户召开“高粱种植知识专题培训会”，传授高粱育苗移栽、病虫害防治、收割储存等知识，增强涉农干部和种植户技术储备和种植信心。

帮助夯实产业基础

我们结合发展需求优化稻草、小麦等原辅料的基地建设，促进区域覆盖仁怀、习水、从江等多个县市，推动脱贫地区传统农业向产业化、专业化的现代农业发展，辐射带动农户近10万户增收。立足道真“菜县菇乡”产业发展定位，动员经销商捐资帮助道真食用菌产业发展，携手推进道真食用菌产业做大规模、做强品质、打响品牌。深化与仁怀市保供蔬菜基地合作，以“农户+保供基地（合作社）+食堂”模式采购脱贫地区蔬菜，实现脱贫人口就地就业。

拓展农产品消费渠道

贵州茅台驻道真帮扶工作队组织召开“茅台助力道真黔货出山工作推进会”，系统梳理道真农副产品、生产、包装销售存在问题，科学提出助力道真黔货出山意见和建议。充分发挥消费帮扶作用，加大对道真县、仁怀市脱贫地区农副产品的采购力度。2021年，完成优质农产品直接采购金额4800余万元，协调社会力量帮助道真县销售优质农产品。协调道真农副产品进驻线上线下平台，通过公司活动或宣传媒体推荐道真农副产品，提升道真农副产品品牌影响力。



贵州茅台助力食用菌成为道真富民强县的主导产业



公益慈善

公益助学圆梦

2021年是“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动连续实施的第10年，我们继续向中国青少年发展基金会捐赠10000万元，资助18500名学子解决就读困难。其中，投入1000万元，在贵州省试点开展持续性资助，帮助500名在乡村振兴需求迫切专业就读的学生完成大学学业，为青少年成长发展提供新助力、播种新希望。截至2021年底，“中国茅台·国之栋梁”公益助学项目已惠及20余万名受助学子，覆盖全国31个省（市、区）2700多个县。



2021年10月，举办“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动10年成果交流分享会

携手奉献爱心

我们坚持发展不忘回馈社会，倡导子品牌成立华茅酒“思源三孝”慈善专项基金、“赖茅·爱羽成长”少儿羽毛球发展公益基金、“王茅·繁星计划”公益基金，倡导携手经销商陆续成立“茅台王子·明亮少年”公益基金、“贵州大曲·点滴有爱”专项基金、“汉酱·匠心传承”文物保护公益基金。

截至2021年12月，“赖茅·爱羽成长”少儿羽毛球发展公益基金累计募捐现金捐赠104万元，物资捐赠106万元。已实现捐赠学校64所，受益学生超过30000人，共有33家单位及超过4500人次大众参与捐赠。2021年，“王茅·繁星计划”公益基金用于贵州省义务教育学校足球场地、器材、耗材、交流比赛等方面的支持，以及贵州高等院校大学生科技创新培训、比赛、优秀项目孵化等的支持；“茅台王子·明亮少年”公益基金开展“希望工程·陪伴行动”“壮苗计划”“爱眼计划”“科技萌娃”“文化豫苗”“大熊猫认养公益计划”“陕耀未来·希望少年宫”等公益活动；“贵州大曲·点滴有爱”公益基金新增老吾老驿站10个，同时定向捐赠支援疫情防控；“汉酱·匠心传承”公益基金共捐赠800万元，用于文物修复和保护等；赖茅公司号召并发动各省区经销商驰援一线防疫人员，捐赠73万余元的抗疫物资。



2021年3月，成立“王茅·繁星计划”公益基金，关爱少年、儿童成长



2021年4月，成立“汉酱·匠心传承”文物保护公益基金，助力文物保护



2021年8月，启动“贵州大曲·记忆里的味道”《贵州村志》项目，开展“村寨志”编撰，记录乡村魅力



2021年9月，王茅品牌联合中国航天基金会共同成立“王茅·中国航天基金会公益助力品牌”

疫情防控

2021年，新冠肺炎疫情防控进入常态化。我们严格按照贵州省委省政府、贵州省国资委和属地政府有关工作要求，及时召开会议研究调整疫情防控工作措施，科学有效快速应对疫情，实现本部人员、驻外机构、经销团队和境外员工“零疑似、零确诊”，有力维护生产经营和经济发展大局稳定。

2021年，我们圆满完成2020年度股东大会、2021年第一次临时股东大会等重大会议活动的疫情防控工作；实现除禁忌人员外接种率和全程接种率100%的目标；为防范疫情做好准备，大量采购并为员工发放一次性口罩、手消、泡腾片、体温枪，有效保障员工的身体健康和生命安全。



2021年8月，茅台酱香系列酒经销商助力疫情防控

抢险救灾

我们坚持人民至上、生命至上，积极参与抢险救灾工作，与灾区群众同历风雨，守望相助，彰显企业社会责任。2021年，公司向河南慈善总会捐赠3000万元用于河南省抗洪救灾工作。



## 未来展望

踔厉奋发勇担当，笃行不怠谱新篇。2022 年，是“十四五”承前启后的关键之年，贵州茅台将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记视察贵州重要讲话精神，全面落实省委、省政府决策部署，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，融入新发展格局，对照世界一流企业标准，紧扣“稳字当头、稳中求进”工作总基调，以高质量发展统揽全局，把握茅台“三期”叠加新形势，聚焦集团公司“双翻番、双巩固、双打造”战略目标，持续完善企业治理体系，坚持五匠质量观，树牢“质量是生命之魂”，走好茅台“五线”发展道路，严守安全和环保底线，奋力推动茅台高质量发展、大踏步前进。



## 附录

### 指标索引

| 目录     |           | 联合国可持续发展目标（SDGs）   | 可持续发展报告标准（GRI Standards） | 中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）                      | 报告位置    |
|--------|-----------|--------------------|--------------------------|------------------------------------------------|---------|
| 报告导读   |           |                    | 101                      | P1.1-1.3                                       | P01     |
| 董事长致辞  |           |                    | 102                      | P2.1-2.2                                       | P05     |
| 关于贵州茅台 |           |                    | 102                      | P4.1-4.4,G1.1,M1.6-1.7                         | P06-P07 |
| 社会责任管理 | 社会责任观     | 目标 17              | 102,103                  | G1.2                                           | P08     |
|        | 社会责任领导机制  |                    | 102,103                  | G2.3,G3.1                                      | P08     |
|        | 利益相关方沟通   |                    | 102,103                  | G2.1,G6.1                                      | P08-P09 |
|        | 实质性议题识别   |                    | 103                      | G2.1                                           | P09     |
| 公司治理   | 企业管治      | 目标 16              | 102                      | M1.1,S2.10                                     | P12     |
|        | 风险管控      |                    | 102                      | M1.1                                           | P13     |
|        | 依法经营      |                    | 102,419                  | M1.4,S1.1-1.2,M2.6,M3.1-3.5                    | P14     |
|        | 商业伦理      |                    | 102,205,206              | M1.3                                           | P15     |
| 经济责任   | 卓越品质      | 目标 3,9,12          | 201                      | P4.3-4.5,M2.1-2.3,M2.14-2.18                   | P18-P21 |
|        | 科技创新      |                    | 102,201                  | M2.4-2.8,S1.4                                  | P22     |
|        | 智慧茅台      |                    | 102,201                  | M2.4,M2.7                                      | P23     |
|        | 行业发展      |                    | 102                      | M3.3,M3.6-3.7                                  | P23     |
| 环境责任   | 环境管控      | 目标 6,7,11,12,13,15 | 307                      | E1.1,E1.5                                      | P26     |
|        | 水资源管理     |                    | 303,306                  | E2.8,E2.13-2.14                                | P27     |
|        | 能源及气候变化应对 |                    | 302,305,306              | E1.9,E2.3-2.4,E2.11-2.12,E2.15-2.16,E2.23-2.25 | P28-P29 |
|        | 绿色供应链     |                    | 308                      | E1.6,E2.1-2.2                                  | P30     |
|        | 生态保护      |                    | 304                      | E3.1-3.4,E3.6                                  | P31     |
| 社会责任   | 投资者权益     | 目标 1,2,3,4,5,8,12  | 201,307                  | M1.5-1.8                                       | P34     |
|        | 客户责任      |                    | 416,417,418              | M2.1-2.3,M2.9,M2.11-2.18                       | P35     |
|        | 伙伴共赢      |                    | 102,204                  | M3.7-3.8,M3.10-3.11,M3.14-3.16                 | P36     |
|        | 员工成长      |                    | 102,401,403,404,405,407  | S2.1-2.2,S2.4,S2.7,S2.10-2.18,S3.1-3.7         | P37-P40 |
|        | 社会贡献      |                    | 203,415                  | S4.5-4.9,S4.12-4.14                            | P41-P43 |
| 未来展望   |           |                    | 102,103                  | A1                                             | P44     |
| 附录     | 指标索引      |                    | 102                      | A5                                             | P45     |
|        | 意见反馈      |                    | 102                      | A6                                             | P46     |



# 意见反馈

尊敬的读者，您好：

非常感谢您在百忙之中阅读《贵州茅台 2021 年环境、社会及治理（ESG）报告》。为提高报告质量和水平，持续改进公司 ESG 工作，我们期盼您对此份报告提出宝贵意见和建议，谢谢！

| 联系方式                      | 您的信息                         |
|---------------------------|------------------------------|
| 联系电话：0851-22388888        | 姓名： <input type="text"/>     |
| 电子邮箱：mtshzr@moutai.com.cn | 联系电话： <input type="text"/>   |
| 联系地址：贵州省仁怀市茅台镇贵州茅台公共关系事务部 | 单位： <input type="text"/>     |
| 邮政编码：564501               | E-mail： <input type="text"/> |

1. 您对本报告的总体评价是

☐好                      ☐较好                      ☐一般

2. 您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的重大影响

☐能                      ☐一般                      ☐不了解

3. 您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何

☐高                      ☐较高                      ☐一般                      ☐低                      ☐很低

4. 您最满意本报告的哪一方面？

5. 您希望进一步了解哪些信息？

6. 您对我们今后发布报告有哪些建议？



贵州茅台酒股份有限公司  
<https://www.moutaichina.com/>



**贵州茅台酒股份有限公司**  
**KWEICHOW MOUTAI CO.,LTD.**

报告出版的环境考虑

纸张:采用环保纸张印刷

油墨:采用环保油墨以减少空气污染