



# 2025

## 环境、社会及公司治理 (ESG) 报告

### 大国浓香·和美五粮

宜宾五粮液股份有限公司

WULIANGYE YIBIN CO.,LTD.

守创  
诚信  
做  
极致

恒久伟业

绵长大爱

Integrity

Excellence

Create everlasting achievement

Advocate universal love.



www.100000.com

# 目录 | CONTENTS

## 01 环境篇

董事会声明	01	应对气候变化	23
报告编制说明	03	能源利用	29
公司基本信息	05	水资源利用	30
议题重要性评估	11	环境合规管理	33
ESG 治理	19	循环经济	37
		生态系统和生物多样性保护	42
ESG 数据表	98		
对标索引表	107		

## 02 社会篇

产品安全与质量	47
客户服务与隐私保护	51
负责任营销	53
创新驱动	56
员工	60
职业健康与安全	68
价值链管理	72
社会贡献	75
乡村振兴	77
文化传承	79

## 03 治理篇

党建引领	83
公司治理	84
全面风险管理	88
合规内控管理	90
税务治理	91
反商业贿赂及反贪污	92
反不正当竞争	95
数据安全治理	95



## 董事会声明

砥砺前行，和美共生。2025 年是五粮液在高质量发展道路上阔步前行，并全面深化 ESG 实践的关键之年。我们秉持“为消费者创造美好，为员工创造幸福，为投资者创造良好回报”使命，将可持续发展理念深度融入企业血脉，在创造经济价值的同时，坚定不移地守护生态之美、承担社会之责、完善治理之道，取得了丰硕的成果。

**守护绿水青山，绘就生态和美新画卷。**五粮液视绿色低碳为企业生命线，坚定迈向“零碳酒企”的宏伟目标。为更好地应对气候变化，公司每年度开展适应性分析，并依据 TCFD 框架识别关键 ESG 相关风险，为战略规划与风险管理提供参考。继在行业率先制定《零碳酒企双碳战略规划》后，2025 年我们推进实施《绿色生态发展企业标准》。同时，系统性推进能源结构优化与智慧环保设施升级，全年环保投入达 1.8 亿元。通过深化酒糟生物质热电联产、扩大沼气发电规模等举措，我们的清洁能源使用量持续提升。我们不仅自身践行绿色生产，更将可持续理念延伸至全产业链，携手上下游伙伴共同减碳，以实际行动守护长江上游的生态屏障，为建设美丽中国贡献力量。

**共创美好生活，谱写社会和美新篇章。**五粮液始终践行“和合共生，美美与共”的社会观，积极分享发展成果。2025 年，我们持续加大对乡村振兴的投入，全年投入金额超 6,500 万元，惠及超过 184 万民众，助力产业发展与农民增收。在公益慈善领域，我们全年对外捐赠超 5,142 万元，聚焦教育、医疗等关键领域，让“和美”

的温度传递到更广阔的角落。我们视员工为最宝贵的财富，持续完善职业健康与安全体系，全年安全生产投入超 2.4 亿元，并为员工提供多元化的成长路径与和谐的工作环境。我们更以切实的行动回馈广大投资者的信赖，2025 年公司实施 2024 年度现金分红及中期分红总额约 223 亿元，与投资者共享高质量发展红利。

**坚守诚信经营，筑牢治理和美新基石。**2025 年，我们成立 ESG 执行委员会，设 ESG 执行小组，将可持续发展从公司核心战略高度落实到执行层面。我们构建了贯穿全业务流程的合规、风险与内控管理体系，并通过了合规管理体系国际国内双重认证。在数字化浪潮中，我们以“智改数转”为抓手，凭借“白酒全产业链数字化融合智能工厂”入选国家工信部卓越级智能工厂，以科技赋能管理，全面提升运营效率与决策的科学性，为企业的长期稳健发展注入了强大动能。

山高路远，行则将至。展望未来，五粮液将持续深化 ESG 实践，以更高远的站位、更坚实的担当、更创新的举措，为社会创造更长远价值，为股东提供更丰厚的回报，为员工绘就更美好的蓝图，为消费者酿造更极致的美酒，在中国式现代化的宏伟征程中，谱写五粮液“和美”新华章！

# 报告编制说明

本报告为五粮液自 2008 年起公开发布的第 18 份社会责任暨环境、社会及公司治理 (ESG) 报告。报告全面披露公司 2025 年度在环境、社会与公司治理领域的管理实践与发展成效，旨在进一步强化与利益相关方及社会公众的沟通交流，持续传递可持续发展理念。

## 编制依据

为确保报告内容全面、客观、规范与透明，在本报告编制过程中，主要参照以下标准与要求：

- 《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》和《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 3 号——可持续发展报告编制（2026 年修订）》（简称：深交所《指引》和深交所《指南》）；
- 国务院国有资产监督管理委员会《关于新时代中央企业高标准履行社会责任的指导意见》；
- 中国酒业协会《中国酒类企业 ESG 披露指南》；
- 全球可持续发展标准委员会 (GSSB)《可持续发展报告标准 (GRI Standards)》；
- 联合国 2030 年可持续发展目标 (SDGs)；
- 联合国全球契约 (Global Compact) 十项原则；
- 国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南 (2010)》。

## 称谓说明

为了便于表述，报告中“宜宾五粮液股份有限公司”用“五粮液”“公司”或“我们”表示。

## “短中长期”说明

本报告中“短期”“中期”和“长期”的定义如下：

短期：指公司 ESG 报告期结束后 1 年以内（含 1 年）。

中期：指公司 ESG 报告期结束后 1 年至 5 年（含 5 年）。

长期：指公司 ESG 报告期结束后超过 5 年。

## 报告原则

### 重要性

本报告以利益相关方关切为导向，结合行业特性与公司经营实际，识别重要性议题并作为核心披露重点。议题重要性分析的过程及结果，详见本报告“议题重要性评估”章节。

### 准确性

本报告所载信息均源自公司及下属子公司的正式文件与统计报告，数据真实、来源可靠。除特别说明外，本报告涉及金额均以人民币计量。定量信息已明确统计口径、计算依据与假定条件，详见本报告“ESG 数据表”章节。本报告经公司董事会审议通过，确保不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

### 平衡性

本报告基于客观事实编制，公平披露公司在可持续发展领域的正面成效与改进空间，确保信息呈现中立无偏。

### 清晰性

本报告以简体中文和英文发布，若内容理解不一致，以中文版本为准。通过表格、示意图等形式辅助信息呈现，并设置目录及对标索引表，提升报告的可读性与检索效率。

### 量化性

本报告披露关键定量绩效指标，并尽可能提供历史数据。

### 一致性

本报告对同一指标的统计口径、披露方式与过往报告保持一致；如确需变更，已对变更原因及影响作出充分说明。

### 完整性

本报告披露范围与公司合并财务报表范围保持一致。

### 时效性

本报告为 2025 年度报告，时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。公司尽量与年度报告同步发布，为利益相关方决策提供所需的信息参考。

### 可验证性

本报告所载案例与数据均来自公司实际运营原始记录或经审计的财务报告，数据来源及计算过程具备可追溯性，可支持外部鉴证机构的审核工作。

## 免责声明

本报告所载前瞻性信息、目标测算及预测性内容基于当前合理假设，未来可能受市场、政策等因素影响而调整，不构成承诺或投资建议。公司已充分提示相关风险，敬请投资者审慎参考并自行决策。

## 报告获取

本报告以电子版形式发布，查询及下载地址为巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>)。

如对本报告有任何疑问或建议，敬请联系我们。

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、(0831) 3553988

电子信箱：000858-wly@sohu.com

官方网站：<https://www.wuliangye.com.cn>

# 公司基本信息

## ● 公司概况

宜宾五粮液股份有限公司（股票代码：000858）成立于1998年，并于同年在深圳证券交易所挂牌上市。公司总部坐落于“长江首城”“中国酒都”四川省宜宾市，该区域被联合国教科文组织及粮农组织誉为“在地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏白酒的地区”。

公司以白酒生产与销售为核心主业，主导产品“五粮液酒”是中国浓香型白酒的典型代表。目前，公司已构建起以五粮液、五粮液浓香酒、仙林生态酒为核心的多元化产品矩阵，覆盖不同消费场景与市场需求。

## ● 企业文化

### 企业使命

为消费者创造美好，为员工创造幸福，为投资者创造良好回报。

### 企业愿景

致力于基业常青的美好愿望，努力打造产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业。

### 核心价值观

忠诚、干净、担当，感恩、知足、奋斗。

### 企业精神

守正创新，永争第一。



## ● 荣誉奖项

### ESG 奖项

颁奖单位	奖项
中国企业改革与发展研究会	2025 年度 ESG 卓越实践
中国上市公司协会	2025 年上市公司可持续发展最佳实践案例
中央广播电视总台	中国 ESG 上市公司国企先锋 100
中国经济信息社	可持续发展“十大”实践成果
联合国环境规划署 (UNEP)	“创建可持续品牌”愿景倡议 2025 年度代表性案例
四川新闻网	ESG 供应链责任案例

### 经营奖项

颁奖单位	奖项
国家市场监督管理总局	第五届中国质量奖提名奖
EFQM (欧洲质量管理基金会)	EFQM 全球奖 (七钻) 最高级别认证、联合国可持续发展目标践行与企业绩效卓越奖
中国上市公司协会	2025 年度上市公司董事会最佳实践案例
中国质量协会	全国质量奖复评
中国食品工业协会	科学技术奖一等奖
中国酒业协会	科学技术进步奖一等奖
证券时报	第十六届上市公司投资者关系管理天马奖
证券日报	2025 金骏马最具投资价值上市公司奖

## ● 成员资格

协会/组织名称	协会/组织职务
中国酒业协会	副理事长单位
中国酒类流通协会	副会长单位
中国上市公司协会	副会长单位
中国环境科学学会	会员单位
中国食品科学会酿造分会	副理事长单位
中国防伪行业协会	理事单位
中国职工技术协会	常务理事单位
全国酿酒标准化技术委员会	委员单位
全国白酒标准化技术委员会	委员单位
生态环境保护理事会	理事单位
四川省环境科学学会	常务理事单位
四川省循环经济协会	副会长单位
四川省技术创新促进会	副会长单位
四川省食品科学技术学会	副理事长单位
四川省工业设计协会	副会长单位

## ● ESG 亮点

五粮液 2025 ESG 关键绩效以及回应 SDGs 的行动

# 环境

- 气候行动与治理：在董事会层面设立 ESG 委员会，建立自上而下的气候治理架构；推进实施《绿色生态发展企业标准》，系行业首个企业绿色发展标准；首次参与 CDP 气候问卷填报并获得“B”评级，彰显气候信息披露透明度。
- 绿色低碳运营：全年环保投入达 1.8 亿元；建成行业规模最大的固态发酵酿酒废水沼气发电示范项目；大力发展生物质能，推进酒糟生物质热电联产项目，持续优化能源结构；清洁能源使用占比超 95%。
- 循环经济实践：聚焦“酒糟资源综合利用循环链”，推动废弃物资源化，全年无害废弃物循环利用量达 82.99 万吨；推进可循环、可降解、轻量化包装研发，塑料包装中再生材料占比提升至 9.62%。
- 生态系统保护：初步拟订《生物多样性保护政策》，承诺逐步将生物多样性保护要求覆盖企业自身运营以及价值链各环节；通过自然资源保护、生态修复等举措，积极推动区域生态系统和生物多样性保护。
- 数智赋能环保：凭借“白酒全产业链数字化融合智能工厂”，获评工信部等六部门联合认定的国家级卓越级智能工厂，以数字化手段提升环境管理效能；参与 9 项国家、行业、地方、团体绿色低碳标准制订、修订。



# 治理

- 提升 ESG 治理水平：持续建立健全 ESG 治理体系，成立 ESG 执行委员会，下设环境议题、社会议题和公司治理议题三个执行小组，形成“董事会决策—ESG 委员会统筹—ESG 执行委员会管理—ESG 执行小组落地”的四级治理架构。
- 强化合规与风控：通过合规管理体系国际、国内双重认证 (GB/T 35770-2022/ISO 37301:2021)；反商业贿赂及反贪污培训覆盖董事、管理层及员工比率均达到 100%；全年廉洁从业教育覆盖 9.41 万人次。
- 保障股东权益：2025 年公司实施 2024 年度现金分红及中期分红总额约 223 亿元，现金分红率 70%，切实回报投资者信任。
- 坚持透明运营：连续 11 年获得深圳证券交易所信息披露考评 A 级；报告期内共披露公告 98 份，未发生虚假记载或重大遗漏。
- 深化党建引领：组建 179 支党员攻关团队，覆盖全产业链关键环节；公司多个基层品牌案例成功入选 2025 年度“国企党建创新优秀成果（案例）”、2025（首届）新时代企业党建创新优秀案例。
- 数据安全保障：报告期内未发生数据安全违规或数据泄露事件；员工数据安全培训与宣贯覆盖率达到 100%。



# 社会

- 品质安全保障：持续保持高标准的产品质量和食品安全，未发生产品质量与食品安全事故，未发生产品召回事件；客户投诉解决率达 100%，客户服务满意度达 99.48%。
- 驱动科技创新：全年研发投入达 4.49 亿元，占营业收入比例为 1.11%；截至报告期末，累计拥有有效专利 1,729 件，其中应用于主营业务的发明专利 121 件。
- 关爱员工成长：全年安全生产投入超 2.4 亿元，员工体检与社保覆盖率保持 100%；员工培训覆盖率 100%，工会活动投入 1.02 亿元，覆盖 9.3 万人次。
- 投身社会公益：全年对外捐赠总额超 5,142 万元，聚焦助学兴教、扶贫济困等领域；员工志愿服务总时长达 27,864 小时，同比增长 28.2%。
- 助力乡村振兴：全年乡村振兴投入金额达 6,583.40 万元，同比增长 21.9%，惠及超过 184 万民众，持续推动农村地区可持续发展与全面振兴。
- 传承和美化文化：“五粮液老窖池遗址”再度入选《中国世界文化遗产预备名单》；五粮液窖池群及酿酒作坊通过“国家工业遗产”复核检查；新增 1 名国家级非遗代表性传承人，持续壮大非遗传承梯队。公司积极参与“一带一路”媒体合作论坛等国际交流活动，以酒为媒传递和美理念，践行社会责任。



# 议题重要性评估

## ● 双重重要性分析

公司严格遵循监管要求，结合行业特性与经营实际，系统开展双重重要性议题分析，精准识别并评估对公司及利益相关方具有重大影响的 ESG 议题，为可持续发展战略制定与信息披露提供科学依据。

2025 年议题双重重要性分析流程



## ● 尽职调查

公司围绕影响 ESG 表现的关键议题开展系统性尽职调查，结合自身运营布局与白酒行业发展特征，全面研判可持续发展趋势下的潜在风险与发展机遇，精准识别核心 ESG 关切点，为持续满足利益相关方期望、夯实可持续发展管理基础提供依据。

## ● 利益相关方沟通

五粮液秉持开放透明的沟通理念，持续完善利益相关方互动机制。2025 年，公司通过常态化沟通渠道与多元化交流平台，高效收集并回应各方意见建议，同步反馈至决策层，保障诉求有效落地，推动公司与利益相关方互利共赢、协同发展。

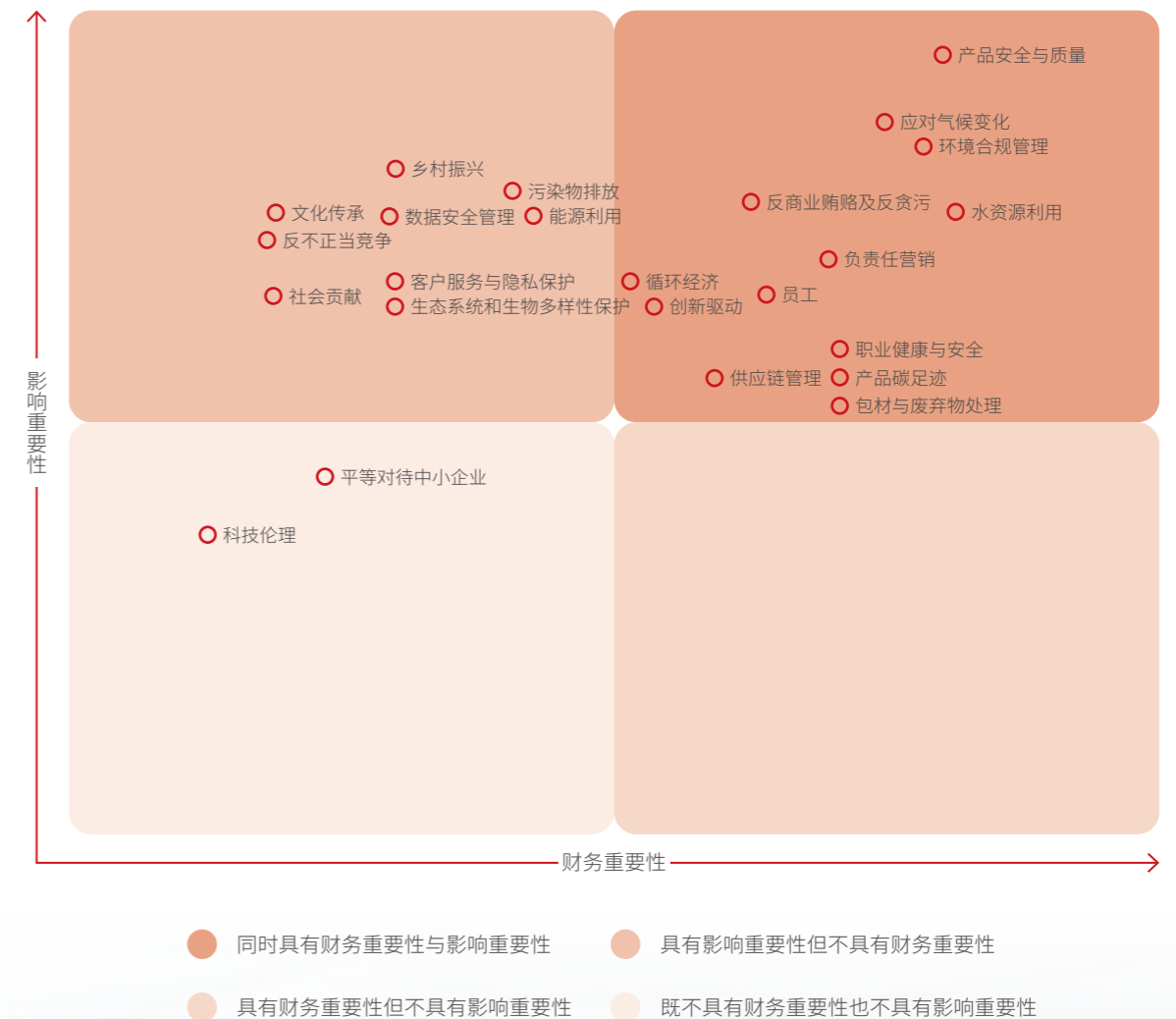
利益相关方类型	沟通内容/关注议题	沟通方式与频率
 <b>政府与监管机构</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>应对气候变化</li> <li>环境合规管理</li> <li>反商业贿赂及反贪污</li> <li>反不正当竞争</li> <li>数据安全治理</li> <li>乡村振兴</li> <li>产品安全与质量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会议、培训（不定期）</li> <li>参访调研（不定期）</li> <li>监督沟通（不定期）</li> <li>公文来往（不定期）</li> <li>信息披露（定期、不定期）</li> </ul>
 <b>股东与投资者</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理</li> <li>产品安全与质量</li> <li>反商业贿赂及反贪污</li> <li>应对气候变化</li> <li>环境合规管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股东会（每年）</li> <li>业绩说明会（每年）</li> <li>信息披露（定期、不定期）</li> <li>投资者现场调研（不定期）</li> <li>电话、邮件、线上互动（实时）</li> </ul>
 <b>董事会成员与高级管理层</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品安全与质量</li> <li>反商业贿赂及反贪污</li> <li>反不正当竞争</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事会（不定期）</li> <li>总经理办公会（每月）</li> <li>内部控制自我评价与考核（每年）</li> <li>日常沟通与汇报（不定期）</li> <li>董监高相关培训（不定期）</li> </ul>
 <b>员工</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理</li> <li>职业健康与安全</li> <li>社会贡献</li> <li>员工权益与福利</li> <li>员工培训与发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>员工满意度调查（每年）</li> <li>职工代表大会（每年）</li> <li>员工面谈（不定期）</li> <li>公司内部通信平台（实时）</li> <li>员工活动与培训（不定期）</li> </ul>
 <b>客户及消费者</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>产品安全与质量</li> <li>客户服务与隐私保护</li> <li>负责任营销</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>现场拜访（不定期）</li> <li>来访接待（不定期）</li> <li>消费者热线（实时）</li> <li>消费者调研（每年）</li> <li>公司网站、微信公众号等（不定期）</li> </ul>

利益相关方类型	沟通内容/关注议题	沟通方式与频率
 供应商、经销商与合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>供应链管理</li> <li>反商业贿赂及反贪污</li> <li>反不正当竞争</li> <li>平等对待中小企业</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>现场拜访 (不定期)</li> <li>来访接待 (不定期)</li> <li>供应商大会、经销商大会 (每年)</li> <li>各类行业论坛、交流会议 (每年)</li> <li>电话、邮件等各类通信工具 (实时)</li> <li>行业会议与展览 (不定期)</li> </ul>
 社会公众与媒体	<ul style="list-style-type: none"> <li>应对气候变化</li> <li>能源利用</li> <li>水资源利用</li> <li>污染物排放</li> <li>包材与废弃物处理</li> <li>乡村振兴</li> <li>社会贡献</li> <li>文化传承</li> <li>科技伦理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公益活动、志愿者服务 (不定期)</li> <li>乡村振兴项目 (不定期)</li> <li>日常沟通交流 (不定期)</li> <li>公司网站、微信公众号等 (不定期)</li> <li>文化宣传类活动 (不定期)</li> <li>新闻发布会、媒体专访 (不定期)</li> <li>行业会议及论坛报道 (不定期)</li> </ul>
 行业组织、高校与研究机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>创新驱动</li> <li>应对气候变化</li> <li>能源利用</li> <li>水资源利用</li> <li>员工招聘</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业会议 (每年)</li> <li>项目合作 (不定期)</li> <li>产学研用、学术交流 (不定期)</li> <li>招聘宣讲 (不定期)</li> </ul>
 环境	<ul style="list-style-type: none"> <li>应对气候变化</li> <li>产品碳足迹</li> <li>污染物排放</li> <li>包材与废弃物处理</li> <li>生态系统与生物多样性保护</li> <li>能源利用</li> <li>水资源利用</li> <li>循环经济</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>绿色办公 (持续)</li> <li>减少碳排放 (持续)</li> <li>达标排放 (持续)</li> <li>循环利用 (持续)</li> <li>生物多样性保护 (持续)</li> </ul>

## 议题重要性分析结论

2025 年，公司初步识别并筛选出 24 项 ESG 议题，通过综合评估各相关方反馈的影响重要性与财务重要性，共识别出 13 项议题具有双重重要性，9 项议题仅具有影响重要性，2 项议题既不具有财务重要性，也不具有影响重要性。各议题重要性优先级情况见矩阵图。

五粮液 2025 年重要性议题矩阵



## ● 重要性议题管理方式

议题	影响分析		风险和机遇分析		对应披露章节
	影响范围	时间范围	风险/机遇类型	时间范围	
应对气候变化	价值链上游, 企业自身运营, 价值链下游	短中长期	风险类型: 物理风险、转型风险 机遇类型: 资源效率提升机遇、产品和服务机遇、政策和市场机遇	短中长期	应对气候变化
产品碳足迹	价值链上游, 企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 碳排放监管风险、市场竞争力风险 机遇类型: 声誉机遇、品牌机遇	中长期	产品碳足迹
能源利用	企业自身运营	中长期	风险类型: 能源供应风险、价格波动风险 机遇类型: 能源效率提升机遇、清洁能源转型机遇	短中长期	能源利用
水资源利用	企业自身运营, 价值链下游	短中长期	风险类型: 水源保障风险、政策与法规风险、运营风险、气候变化风险、供应链风险 机遇类型: 水资源效率提升机遇、品牌价值提升机遇	短中长期	水资源利用
环境合规管理	企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 环境合规风险、环境影响风险	中长期	环境合规管理
污染物排放	企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 排放风险、政策与监管趋严风险 机遇类型: 运营效率机遇、品牌机遇	短中长期	污染物排放
包材与废弃物处理	企业自身运营	短中长期	风险类型: 包装材料供应风险、废弃物处置风险 机遇类型: 资源效率提升机遇	短中长期	废弃物处理、包材与物料管理
循环经济	企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 供水能力不足风险、酒糟处置风险、废水处理能力不足风险、政策变化风险 机遇类型: 资源效率提升机遇、品牌形象与市场竞争力提升机遇	中长期	循环经济
生态系统和生物多样性保护	企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 生态破坏风险、物种减少风险 机遇类型: 政策机遇、品牌机遇	中长期	生态系统和生物多样性保护
产品安全与质量	企业自身运营, 价值链下游	短中长期	风险类型: 原材料及供应商质量风险、审核与管理评审不足风险、质量专业人才缺失风险、设备故障与技术落后风险、政策与监管风险 机遇类型: 技术升级机遇、信息化技术提升机遇	短中长期	产品安全与质量
客户服务与隐私保护	企业自身运营, 价值链下游	短中长期	风险类型: 客户投诉风险、假冒伪劣产品风险、客户隐私与数据泄漏风险、负面舆情风险 机遇类型: 品牌转型机遇、智能化发展机遇	中长期	客户服务与隐私保护

议题	影响分析		风险和机遇分析		对应披露章节
	影响范围	时间范围	风险/机遇类型	时间范围	
负责任营销	企业自身运营, 价值链下游	短中长期	风险类型: 营销合规风险、消费者权益风险 机遇类型: 品牌声誉提升机遇	短中长期	负责任营销
创新驱动	企业自身运营	短中长期	风险类型: 技术创新滞后风险、知识产权风险 机遇类型: 市场竞争力提升机遇、生产工艺优化机遇	短中长期	创新驱动
科技伦理	企业自身运营, 价值链下游	长期	风险类型: 隐私和数据保护风险 机遇类型: 创新驱动机遇、增强信任与声誉机遇	长期	科技伦理
员工	企业自身运营	短中长期	风险类型: 人才吸引与保留挑战风险、人才结构失衡风险 机遇类型: 人才战略升级机遇、数字化转型机遇	短中长期	员工
职业健康与安全	企业自身运营	短中长期	风险类型: 危险源识别不足风险、应急响应能力不足风险、安全培训不足风险 机遇类型: 技术进步和自动化机遇	中长期	职业健康与安全
供应链管理	价值链上游	短中长期	风险类型: 质量风险、价格波动风险、供应中断风险、环保合规风险、供应商管理风险 机遇类型: 供应链韧性提升机遇、技术创新与质量提升机遇	短中长期	供应链管理
平等对待中小企业	价值链上游、企业自身运营	中长期	风险类型: 供应链依赖与履约风险、信用与财务稳定性风险、法规与合规风险	中长期	平等对待中小企业
社会贡献	企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 资源投入风险 机遇类型: 品牌美誉度提升机遇、员工凝聚力增强机遇	中长期	社会贡献
乡村振兴	企业自身运营、价值链下游	短中长期	机遇类型: 提升企业形象和影响力机遇	长期	乡村振兴
文化传承	价值链上游, 企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 传统文化传承与市场现代化需求匹配度不足风险 机遇类型: 增强品牌独特性机遇、深化市场竞争力机遇	中长期	文化传承
反商业贿赂及反贪污	企业自身运营	中长期	风险类型: 思想道德风险、岗位职责风险、业务流程风险、制度机制风险、外部环境风险	中长期	反商业贿赂及反贪污
反不正当竞争	企业自身运营	中长期	风险类型: 市场竞争风险	中长期	反不正当竞争
数据安全治理	企业自身运营, 价值链下游	中长期	风险类型: 数据合规风险、数据泄露风险	中长期	数据安全治理

# ESG 治理

## 治理体系

五粮液依据深交所《上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》等规定，持续建立健全 ESG 治理体系。2025 年成立 ESG 执行委员会，下设环境议题、社会议题和公司治理议题三个执行小组，统筹推进 ESG 重要议题落地落实，形成“董事会决策—ESG 委员会统筹—ESG 执行委员会管理—ESG 执行小组落地”的四级治理架构，实现 ESG 管理权责的纵向贯通。

治理主体	角色	人员构成	职能职责
董事会	决策与监督	董事会成员	审批 ESG 相关议案，听取、审阅和审议 ESG 重大策略、规划和事项。
ESG 委员会	统筹管理	由 3-5 名董事组成，至少包括两名独立董事；召集人由公司董事长担任	统筹 ESG 体系建设，审议可持续发展战略、目标与制度，监督目标进展，审议年度 ESG 报告，对董事会负责。
ESG 执行委员会	规划实施、监督落实	主任委员由公司副董事长、总经理担任，委员为全体副职高管	主要负责编制并推动落地公司 ESG 战略规划，评估与管理重要性议题，统筹配置可持续发展相关资源与成本，分解落实 ESG 目标任务、审核年度工作方案，定期向上汇报工作进展，并负责与政府、客户等重要利益相关方沟通。
ESG 执行小组	环境议题执行小组	与环境议题相关的各职能部门负责人及相关子公司负责人	负责各自职责范围内的议题管理、利益相关方沟通并定期向 ESG 执行委员会汇报。
	社会议题执行小组	与社会议题相关的各职能部门负责人及相关子公司负责人	
	公司治理议题执行小组	与公司治理议题相关的各职能部门负责人及相关子公司负责人	

### 决策程序



## ESG 战略

公司深度践行 ESG 发展理念，将其全面融入生产经营各环节，立足“和美”文化内核，全力打造“生态、品质、文化、数字、阳光”五位一体的高质量发展现代化企业。



2025 年，五粮液持续深化 ESG 全球合作，在国际可持续发展论坛等平台分享履行企业社会责任、创造和美价值的 ESG 实践经验。报告期内，公司荣获“2025 年上市公司可持续发展最佳实践案例”奖项，是唯一连续三年入选最佳实践案例的白酒企业。

## ESG 培训

2025 年，公司举办年度 ESG 报告编制启动会暨专题培训会。公司高管、各职能部门和控股子公司负责人、ESG 管理员及相关人员共计 100 余人参加，内容涵盖 ESG 政策要求、ESG 体系建设与管理，进一步提升参会人员 ESG 管理水平，持续推进公司 ESG 体系建设。





# 01

## 环境篇

五粮液以“零碳酒企”为战略引领，秉持“绿色生产、低碳循环、生态标杆”的能源环境方针，构建覆盖原粮种植、绿色酿造、资源循环利用的全链条绿色生态体系，将绿色导向深度融入投资决策与生产经营各环节，以严苛生态标准守护核心酿造环境，致力打造行业绿色低碳发展标杆。



# 应对气候变化

五粮液参照气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 建议框架与《国际财务报告可持续披露准则第 2 号—气候相关披露》(IFRS S2)，通过持续推进零碳路径探索、产品碳足迹管理、供应链减碳管理等关键举措，切实提升气候韧性。

## 治理

公司已建立董事会决策监督的自上而下、权责分明的三层气候治理架构，共同执行应对气候变化相关举措。

治理主体	人员构成	角色	职能职责
 董事会 ESG 委员会	董事长、董事、独立董事	决策层	监督、审议并批准公司应对气候变化的愿景、目标、战略及重大事项，听取 ESG 执行委员会关于气候变化工作的专项汇报，并提供指导建议。
 ESG 执行委员会	副董事长、总经理， 全体副职高管	管理层	负责研究气候变化相关政策趋势，ESG 战略的落地与实施监督，审议并授权 ESG 战略规划，监督跟进目标达成情况，并定期向董事会 ESG 委员会汇报。
 环境议题执行小组	能源环保管理部、战略发展部、财务管理部、环保产业公司、长江源公司等 相关负责人	执行层	负责执行应对气候变化的相关措施，包括开展产品碳足迹核算与管理，推进节能减排项目进展，实施绿色供应链管理举措，收集、整理披露相关环境数据。

公司制定《碳排放管理办法（试行）》《温室气体管理程序》等规定以应对气候变化。同时，将节能目标完成情况等气候相关指标纳入绩效考核体系。

2025 年，公司参照 ISO 14064、ISO 14067、ISO 14068 等标准逐步完善温室气体管理体系，同时填报 CDP（全球环境信息研究中心）气候问卷，获得 B 级评分，彰显气候信息披露透明度。

## 战略

公司结合行业特点并根据自身产业链特征，对生产及运营过程中的气候相关风险和机遇进行识别与分析。并考虑了气候适应性评估中的重大不确定性因素，同时明确了影响时间、范围以及应对策略，从而实现对气候相关风险和机遇的系统化管理。

气候变化风险及管理策略

风险类型	影响时间	影响程度	风险描述	潜在财务影响	管理策略	
物理风险	急性风险	短中期	中等	设备设施受损、员工安全受到影响、极端天气影响粮食供应、电力供应不稳定、样本受损。	维修成本增加、生产研发成本上升、农作物受损造成经济损失。	定期维护生产设施；建立能源供应保障、防汛等应急预案，定期开展应急演练；优化供应链布局；提前研判预警并及时调整农事作业；提高能源利用效率；优化样本备份存储机制。
	慢性风险	中长期	中等	海平面上升影响运营地，气温上升增加制冷需求。	运营成本上升。	加强环境监测；升级节能型温控设备；制定有序用电方案优化能耗管理。
转型风险	政策及法规风险	短中长期	中高等	监管趋严，碳排放标准提高。	碳排放成本上升，合规费用增加。	关注政策变化；投资低碳技术；完善碳披露体系；提升碳排放标准。
	市场风险	中长期	低中等	低碳产品需求上升，市场竞争加剧。	市场份额下降，营收减少。	推进绿色产品研发升级；推广环保包装；加强可持续品牌建设。
	声誉风险	中长期	中等	利益相关方关注环保表现，影响品牌形象。	品牌价值下降，市场信任度降低。	加强 ESG 信息披露；优化绿色营销；主动沟通利益相关方。
	技术风险	中长期	低中等	低碳技术改造成本高，技术更新带来适应挑战。	设备升级及培训成本增加。	规划低碳技术转型；强化员工培训；优化技术评估机制。

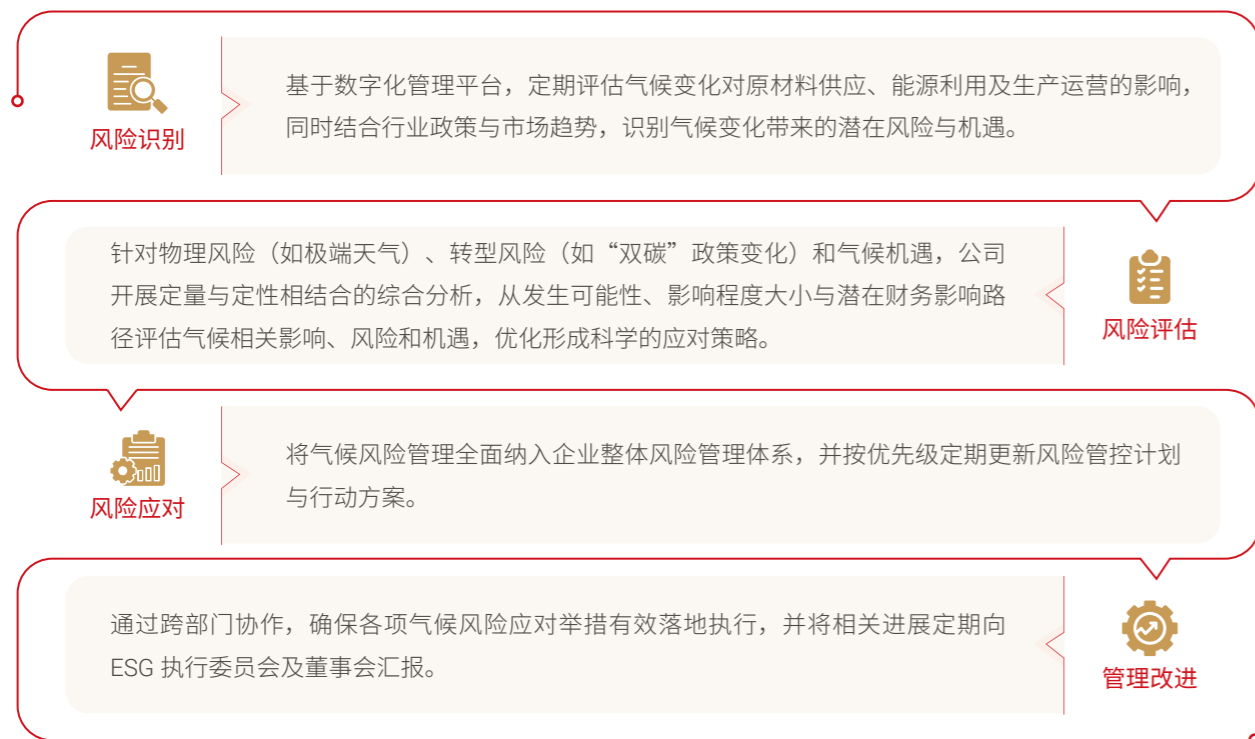
气候变化转型机遇及管理策略

机遇类型	影响时期	影响程度	机遇描述	潜在财务影响	管理策略
资源效率提升机遇	长期	中高等	通过节能降耗优化生产, 提高运营效率。	降低能源成本, 提高生产效率。	推进生物质能利用, 提高清洁能源占比, 强化技术创新能力。
产品和服务机遇	中长期	中等	增强供应链韧性, 顺应消费者环保需求。	品牌竞争力增强, 营收增长。	推进智能化生产, 参与可再生能源项目, 优化产品碳足迹。
政策和市场机遇	短中期	中等	享受政府低碳项目支持、税收优惠, 参与碳市场交易。	获得政策补贴, 降低运营成本。	参与低碳项目, 探索碳排放权、用能权及排污权交易。

● 影响、风险和机遇管理

管理流程

公司建立系统的气候风险识别、评估、应对和管理改进流程, 有效管控气候风险对公司运营的影响, 同时把握气候变化带来的发展机遇。



管理举措

零碳路径探索

2025 年, 公司持续引领行业“双碳”标准体系建设, 全年参与 9 项相关标准制度修订, 其中 4 项标准已发布实施, 另有 5 项标准 (含 1 项国家标准) 正在制定中。

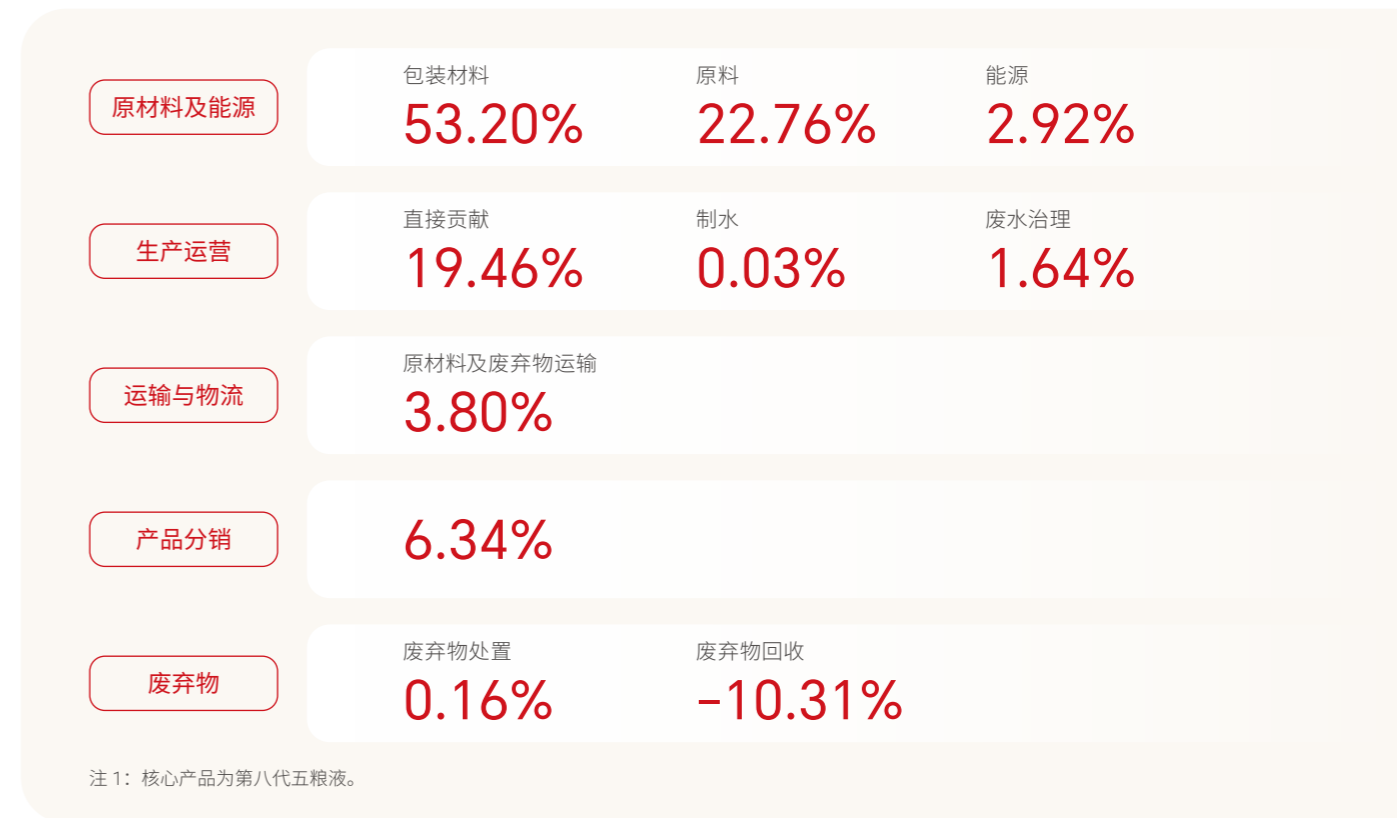
国家标准	《温室气体 产品碳足迹量化方法与要求 塑料制品》
四川省地方标准	《白酒行业企业温室气体排放核算报告和披露规范》
团体标准	《零碳园区评价技术规范》和《四川省浓香型白酒制造业清洁生产评价指标体系》

同时, 公司积极探索绿色技术创新, 在项目可行性研究阶段严格落实“碳达峰、碳中和”要求, 并与中国石油大学 (北京) 合作开展“酒糟制氢”实验, 推动绿色制氢技术研发应用。

产品碳足迹

2025 年, 公司依据 ISO 14067 和 GB/T 24067-2024《温室气体产品碳足迹量化要求和指南》, 完成五粮液核心产品全生命周期碳足迹核算。

核心产品<sup>1</sup>全生命周期碳足迹各阶段贡献图



### 供应链减碳

公司将供应链减碳作为实现“零碳酒企”战略的重要路径之一，以“链主”责任驱动上下游协同转型。通过将环境与碳管理要求嵌入采购标准，鼓励供应商开展碳核查，构建绿色采购机制与全生命周期碳核算体系，引领行业建立制度化、标准化的低碳供应链生态。

- 推广绿色生产技术规范，倡导环境友好型种植。2025 年 1 家供应商启动了 **3,807** 亩高粱、稻谷有机基地认证。
- 扩大川内基地建设面积占比至 **53.2%**，缩短原粮供应半径，按铁路运输估算，2025 年同比减少碳排放 **734** 吨二氧化碳当量。



- 持续推进沼气发电项目，减少外部能源消耗。
- 推进酒糟生物质热电联产项目建设，减少化石能源依赖。
- 搭建能碳管理平台，提升能源环保数字化管理水平。

- 将 ESG 审查作为供应商准入的加分项，2025 年原辅料供应商 ESG 审核覆盖率达 **100%**；通过《供应商行为准则》鼓励供应商制定碳减排目标，并对有机认证农产品供应商给予 **17.5%** 的采购价格上浮。
- 启动核心供应商能耗与碳排放数据收集试点，计划 2026 年底前实现数据提报率超 **90%**，共同推动范围三 (Scope 3) 排放的系统性降低。

### 指标与目标

公司聚焦“零碳工厂”“零碳供应链”“零碳体系”三大维度，明确“三步走”（自身碳中和 - 供应链碳中和 - 建立企业碳中和标准）、“三途径”（技术、管理及交易减排），以及“两端一侧”（供给端、消费端、管理侧）的规划部署，围绕碳排放、能源利用、资源循环和清洁生产四大领域设定目标规划。

时间范围	指标	具体目标	报告期内进展
“2021—2030 年” 碳达峰阶段	能源结构调整	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 可再生能源和非化石能源消费比重提升至 <b>50%</b> 以上。</li> <li>• 酿酒车间绿电使用占比提高至 <b>100%</b>。</li> <li>• 蒸汽热源电能替代占比提升至 <b>20%</b>、生物质能供汽占比达 <b>30%</b> 以上、蒸汽损耗控制在 <b>8%</b> 以内。</li> <li>• 2026 年，将纯电货物道路运输车辆占比提升至 <b>50%</b> 以上。</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 五粮液再生水厂配套建设的沼气发电、新建园区电极锅炉已建成；酒糟生物质热电联产正在推进。以上项目投运后可提升可再生能源和非化石能源消费比重。</li> <li>2. 已达成。</li> <li>3. 通过优化锅炉运行方式，实施表计升级改造，蒸汽输送损耗控制在 <b>12%</b> 以内；已建成沼气发电项目、电极锅炉，等待投运；正在推进建设酒糟生物质热电联产项目。</li> <li>4. 已完成车辆运行场景全方面调研、专家评审、项目经济测算、可行性研究报告撰写，计划 2026 年内完成。</li> </ol>
	资源循环利用	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 冷却水回收利用率提升至 <b>90%</b> 以上，洗瓶水循环利用率提升至 <b>70%</b> 以上，供水管网综合漏失率降低至 <b>10%</b> 以内。</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新建成的冷却水回用设施回收利用率达到 <b>90%</b>。</li> <li>2. 完成包装 10 区和新建包装区的洗瓶水循环利用系统建设，循环利用率达到 <b>70%</b>。</li> <li>3. 供水管网综合漏失率目标已达成。</li> </ol>
	智能化管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建设能碳管理平台。</li> </ul>	已完成能碳管理平台一期建设，能源计量表计已完成升级改造，正在根据公司“智改数转·碳管理数字化蓝图规划”推进公司级能碳管理平台的建设。
“2030—2060 年” 碳中和阶段	低碳技术创新	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在酒糟生物质热电联产技术应用的基础上，开展酒糟生物质多元化利用技术的研究应用。</li> </ul>	正在推进酒糟制氢的实验研究。
	全面转型	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 从原粮种植、原料加工、酿造、包装到废弃物处置环节，开展全链条绿色制造模式。</li> </ul>	进展中。

# 能源利用




五粮液以构建清洁低碳能源体系为核心，推动能源结构向绿色化深度转型，将可持续能源理念融入生产运营全链条，实现能源使用与生态责任的系统性协同。

## 治理体系

公司能源利用工作由 ESG 执行委员会统筹管理，下设环境议题执行小组负责执行，通过制定《节能目标考核奖惩办法（试行）》《能源考核管理办法》《能源采购管理办法（试行）》等制度，建立健全降碳激励机制，深挖节能降碳潜力。2025 年，公司开展多次内外能源管理体系审核，保持 ISO 50001 能源管理体系认证有效。

## 管理机制

公司持续优化能源结构，大力开发清洁能源，通过工艺设备优化与数字化能源管理，提升能源利用效率，降低对化石能源的依赖。

<p><b>能源结构优化</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>酒糟生物质热电联产：计划建设两套“130t/h 生物质锅炉 +20MW 背压汽轮发电机组”，预计每年处理酒糟约 80 万吨，发电量约 1.6 亿度，供蒸汽约 95 万吨，年减少 CO<sub>2</sub> 排放 20 余万吨。</li> <li>锅炉、沼气发电：建成 4 台 20t/h 电极锅炉，正在推进电源建设；建成 6 台 1500kW 沼气发电机组，待调试运行。</li> <li>购买绿电：通过绿电交易，将酿酒车间绿电使用占比提高至 100%。</li> <li>分布式光伏建设：再生水厂综合楼建设碲化镉发电幕墙及楼顶光伏发电组件，生化池、停车场安装光伏发电组件及新能源车充电桩，年发电量约 6.43 万度，可满足综合楼照明及再生水厂内新能源车用电需求。</li> <li>前沿技术探索：与中国石油大学（北京）合作开展“酒糟制氢”实验研究，探索绿色制氢技术。</li> </ul>
<p><b>能源效率提升</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>余热回收：利用沼气发电余热烘干污泥；更换车间燃气锅炉冷凝器，将锅炉排烟温度控制在 60°C 以下，高效回收烟气余热。</li> <li>智能蒸馏控制：开发专用智能控制模型，实现蒸馏过程蒸汽供给自动化调节，降低蒸汽用量 5-10%。</li> <li>全氧燃烧技术：试点高端智能化全氧燃烧窑炉，同比空气助燃窑炉能耗成本下降 24%，碳排放强度降低 30%。</li> </ul>
<p><b>数字化能源管理</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>智慧水务调控：部署智慧水务系统，实时监测设备与水质参数等，智能调控曝气量，能耗降低 10%。</li> <li>能碳管理平台：拟定“智改数转·碳管理数字化蓝图规划”，升级能碳管理平台并推进生态酿酒能源数字化平台（一期）建设。</li> </ul>

## 管理成效

公司依靠多年积累的生产技术经验，消化吸收国内外同行业的先进技术，实施了燃气锅炉冷凝器改造、过热蒸汽输送技术应用及主要用能设备的变频改造、大功率设备的就地补偿等节能举措。2025 年，公司清洁能源（可再生电力、天然气）超过 95%。



清洁能源

>95%

# 水资源利用

五粮液始终将水资源利用作为生态管理的重要一环，严格遵守《中华人民共和国水法》《节约用水条例》等相关法律法规，强化水资源利用及风险管理。2025 年，公司未发生因水风险导致运营中断、工厂关停等对业务产生重大影响的事件。

## 治理

公司水资源管理由 ESG 执行委员会下设的环境议题执行小组负责，通过实施《节水管理方案》，从项目实施、强化管理、对标先进等方面提升精细化管理水平，严格控制酿酒生产水耗，并依据《供用水管理办法》加强现场各环节监督管理，持续优化水资源使用效率。

为系统评估水资源管理表现并推动持续优化，公司 2025 年开展 CDP 水安全问卷填报并获得 B 级评分。

## 战略

公司结合自身行业属性，对生产经营各环节中的水资源相关风险、机遇进行全面的识别与评估，制定了针对性的管理策略。

水资源利用风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
水源保障风险：公司主要取水来源于岷江，水量可能因季节性波动受到影响。	短中期	取水成本上升，水源断供造成生产中断，影响营业收入。	拓展水源渠道，推进双水源战略；监测水质与水位，优化取水计划，提升应急响应能力。
政策法规风险：取水和排放标准日趋严格。	中长期	水资源管理和合规成本上升，影响利润率。	研究国家与地方政策，确保取水及排放行为符合法规。
运营风险：酿酒过程中的高浓度废水和冷却水排放，可能对水体产生影响。	中长期	可能面临环境处罚、赔偿。	强化废水处理系统，确保排放水质达标；优化生产与排放管理，全面推进冷却水循环利用。
气候变化风险：极端天气事件影响区域水资源供应。	中长期	影响水资源供给稳定性，增加应急采购与设施修复成本。	结合气候风险分析，制定不同取水口取水计划。
供应链风险：干旱和气候变化影响供水；废水排放影响环境。	中长期	采购成本上升，合规成本增加，节水设施投入增加。	推广高效灌溉技术；提升土壤持水能力；倡导供应商采用节水技术。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
水资源效率提升机遇	短中长期	降低运营成本	投资水处理技术，提高水回用率，优化生产工艺，减少单位水耗。
品牌价值提升机遇		品牌影响力带动销售增长	通过绿色生产和水资源管理，增强企业社会责任形象，吸引环保消费者。

2025 年，公司推进“双水源”战略，与向家坝灌区公司合作引入向家坝北总干渠水源，形成岷江水源与金沙江水源双保障格局，有效降低单一水源带来的供水风险，保障长期稳定取水。

## ● 影响、风险和机遇管理

### 水风险识别与评估

公司将水资源风险和影响评估融入日常管理体系，并将其评估结果融入业务战略。2025 年，公司持续运用世界自然基金会 (WWF) 水风险分析工具 Water Risk Filter (WRF)，结合 IPCC 数据库，从流域风险和运营风险两个维度<sup>1</sup>，开展覆盖短中长期的水资源风险评估。

评估结果显示，公司面临中等物理风险与声誉风险，其中水质风险和洪涝风险相对突出。WRF 工具进一步识别出流域内具体水质风险，公司据此形成地理信息图层与风险等级表，制定设施保护及应急供水预案，通过技术升级、价值链赋能和生态协同等举措积极应对；2025 年春季宜宾东北部旱情期间，公司依托原粮种植基地微型气象站实时监测并发布预警，有效降低了干旱对高粱播种出苗率的影响。截至报告期末，公司的生产区域均未位于缺水地区。



### 生产环节水资源管理

五粮液取水于岷江，通过自备水站制取生产用水，生产废水经三级处理后用于宋公河生态补水，与岷江水系互通，实现取水、用水到退水的良性大循环。

公司通过升级供水系统，开发智能控制模型，推进冷却水、洗瓶水、中水回收利用，开展节水宣传等措施提升水资源利用效率。

#### 五粮液生产运营环节节水举措

<b>冷却水循环利用</b>	在生产现场回收并循环使用高温冷却水，已建设施的冷却水回用率约 <b>90%</b> ，计划“十五五”期间全面投运。
<b>洗瓶水循环利用</b>	已完成洗瓶水回用试点，综合利用率约 <b>70%</b> ，并在红坝园区投运相关系统，配套建设成品酒包装及智能仓储配送一体化项目。
<b>中水回用</b>	启动中水回收利用项目，将中水回用于园区的路面清洁、绿化浇灌、景观补水等，预计中水回用率达到 <b>20%</b> 。
<b>供水系统升级</b>	推进江北片区供水系统改造，改造后供水输送损耗小于 <b>10%</b> ，达到《城镇供水管网漏损控制及评定标准》一级评定标准。
<b>智能蒸馏</b>	开发专用智能控制模型，实现蒸馏过程蒸汽供给的自动化调节与精细化管控，可降低蒸汽用量约 <b>5-10%</b> 。
<b>园区节水</b>	结合季节、天气及土壤湿度按需灌溉，避免盲目用水；定期开展节水培训，提升员工节水意识与操作能力。

注 1: WWF 将水风险分为两大类: 流域风险 (即生产区域所在水源位置) 以及运营风险 (即公司生产经营活动的用水耗水情况)。此两类风险可具体从物理风险、法规风险、声誉风险三个方面展开详细评估。

## 供应链水资源管理

公司深入践行绿色生态发展理念，试点建立原辅料供应商节水长效引导机制，定期收集本地供应商节水措施管理报告，覆盖比例超 50%，推动各供应商结合专用粮基地生产实际，持续迭代优化节水方案、完善节水管理体系、提升节水实践能力，将水资源节约理念深度嵌入供应链管理全流程，从源头降低农业生产水资源消耗，打造可持续的节水型供应链生态。

<b>农业基地节水</b>	推广节水灌溉技术；推行生态种植以增强土壤保水能力。	
<b>供应商管理</b>	遵循供应商的环保责任审核标准，开展水压力 / 水风险评估，并结合各级供应商的实际用水情况，指引和倡导供应链的负责任用水。	
<b>协同合作与培训</b>	定期对供应商进行节水技术的培训与共享，与关键供应商开展节水工艺试点，逐步推广至全供应链。	

## ● 指标与目标

时间范围	指标	具体目标	报告期内进展
<b>短期目标 (2025 年)</b>	千升酒水耗降低率	千升酒水耗较 2021 年至 2024 年均值下降 <b>2%</b>	千升酒水耗下降 <b>3.38%</b> 。
	用水效率提升	洗瓶水循环利用率 $\geq$ <b>70%</b> ；冷却水循环利用率 $\geq$ <b>90%</b>	已建洗瓶水回用项目的循环利用率 $\geq$ <b>70%</b> ；新建酿酒车间全部实现冷却水循环利用率 $\geq$ <b>90%</b> 。
	水资源回用率	达到 <b>15%</b>	按计划推进中水回用项目建设。
	供水管网漏失率	降至 <b>10%</b> 以内	已达成；正在推进供水系统升级改造，进一步降低供水管网漏失率。
<b>中期目标 (2030 年)</b>	千升酒水耗降低率	千升酒水耗较“十四五”期间均值下降 <b>20%</b>	2025 年千升酒水耗较 2021 年至 2024 年均值下降 <b>3.38%</b> 。
	用水效率提升	冷却水循环利用率 $\geq$ <b>90%</b>	新建酿酒车间全部实现冷却水循环利用率 $\geq$ <b>90%</b> ；其余车间正在推进中。
	水资源回用率	达到 <b>20%</b>	按计划推进中水回用项目建设。
	监测系统覆盖	实现全园区用水、排水全环节的动态监测	已完成能碳管理平台一期建设，能源计量表计已完成升级改造，持续推进公司级能碳管理平台的建设。

# 环境合规管理

五粮液严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，建立健全环境合规管理体系，持续推动内部标准优于国家和地方标准。

## 治理

公司构建“顶层统筹+专项执行”的双线环境合规治理架构。董事长担任主任的环境管理委员会负责统筹规划，下设环境风险管理专职机构，按照“属地管理、分级负责、责任到人”原则，构建“纵向到底、横向到边”的网格化管理体系，推动落实环境管理主体责任。公司建立了完善的制度保障体系，涵盖《环境保护管理制度》《环境保护责任追究制度》《环境保护考核管理办法》《环境信息公开管理办法》等 21 项环境管理制度。（相关公开政策详见[环境管理政策](#)）

报告期内，公司完成环境管理体系内部审核与 ISO 14001 体系再认证审核，覆盖公司及核心子公司全部生产经营场所，体系运行持续有效，未发生环境污染事件，并连续 9 年获评四川省“环保诚信企业”。



连续获评四川省“环保诚信企业”

9年

## 战略

公司按照环境管理体系要求，每年开展环境合规风险的更新识别与评价，并制定管理策略与应对措施。

环境合规管理风险及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
环境合规风险	中长期	违规罚款或赔偿、停产整改带来经济损失、治理成本增加。	落实《环境保护管理制度》《环境保护责任追究制度》等制度，常态化开展环境督查、环境监测，确保合规。
环境影响风险	中长期	环境修复成本增加、法律诉讼成本上升。	严格执行环境影响评估 (EIA)；优化雨污分流系统，提升废水处理能力；安装污染物在线监测系统，确保排放达标；推动全生命周期环保管理。

# 影响和风险管理

## 环境管理机制

公司依托完善的 ESG 治理架构，构建了覆盖风险识别、评估、管控全流程的环境管理体系，并将其与日常运营深度融合，实现常态化管控。

- **风险识别：**公司每年定期组织各单位开展环境合规风险的更新识别与评价，排查废水泄漏、废气超标、酒糟处置不当等关键风险，形成风险清单并纳入重点环境风险管控台账。
- **风险评估：**公司建立“标准量化+专业定性”的双重评估机制，参照相关标准，组建专业团队，通过风险矩阵法对风险进行发生概率与影响程度分析，将风险划分为不同等级，明确优先级与核心影响因素。
- **风险管控：**公司形成“制度约束+技术防控+考核保障”的全方位管控机制，以 21 项环保制度、技术防控平台及考核机制为支撑，实现分级管控、闭环管理。
- **应急响应：**公司制定《突发环境事件应急预案》及白酒储罐、废水等专项预案，每年组织应急演练，储备环保应急物资，联合政府及环保部门完善应急设施，保障快速处置。
- **审计改进：**公司每三年聘请第三方专业机构开展独立评估，各单位不定期开展环境因素的识别、评价与更新，确保管控措施持续优化。

## 污染物排放

公司在项目建设前开展环境影响评价，生产过程中严格按照排污许可要求，定期对废水、废气、厂界噪声等污染物排放情况进行监测。报告期内，公司各排放口污染物排放浓度及排放总量均满足核定控制指标要求，全部监测结果均达标，未出现超标排放或违规处罚事件，对员工及周边社区居民未造成不良影响。

## 废水管理

公司严格遵守《四川省岷江、沱江流域水污染物排放标准》等相关标准，针对生产废水构建“生化+深度+生态”的三级处理模式，出水指标达到地表水“准四类”标准，远高于国家现行排放标准要求。

### 智慧管控

- 部署智慧水务系统，实时监测分析设备运行、水质参数等。可视化中控平台实现远程运维，故障响应时间缩短至 10 分钟内。

### 处理技术

- 采用行业首例电子束辐照高级氧化工艺，大幅度减少药剂使用，降低废水处理成本。

### 资源化利用

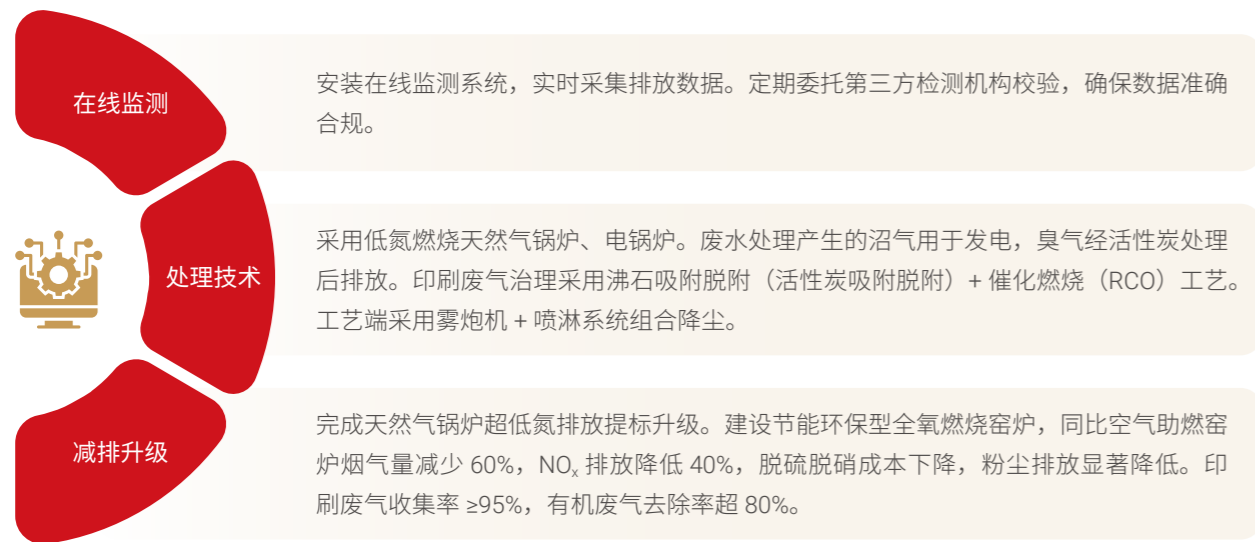
- 推进冷却水、洗瓶水、中水循环利用，提高水循环利用率。

### 设备改造

- 优化泥浆水处理系统管路及阀门，新建应急导流沟，2025 年全年实现泥浆水零排放。

### 废气管理

公司的废气排放主要来源于锅炉燃烧废气、污水处理系统产生的废气以及包装印刷过程中产生的废气，依照《恶臭污染物排放标准》《大气污染物综合排放标准》等规定，对废气进行收集利用或处理达标后排放。

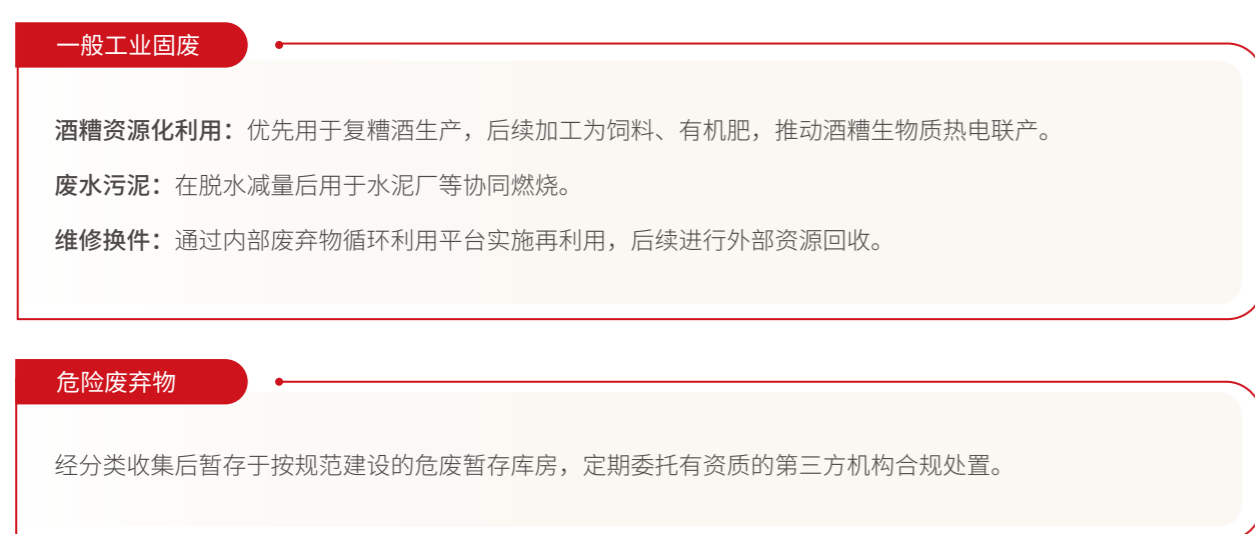


### 噪声管理

公司采取基础减震、隔声屏障等措施，执行《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348-2008），每季度开展厂界噪声监测，2025 年全部监测结果达标，对员工及周边社区居民未造成影响。

### 废弃物处理

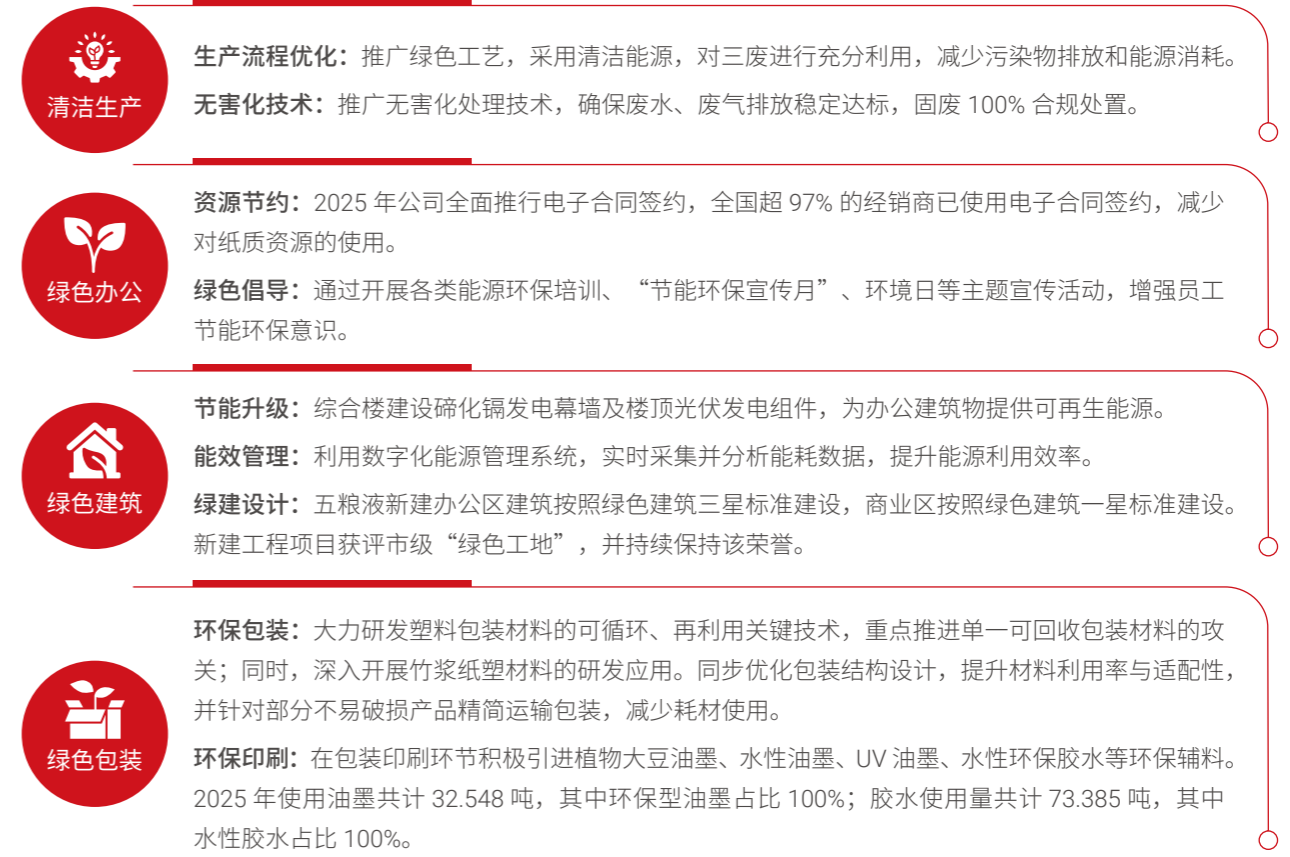
公司严格落实“源头防控、过程管控、末端严控”及“减量化、再利用、再循环、无害化”原则，实施固体废物系统化分类管理。同时，依托“无废四川”平台建立线上线下台账，实现类别、数量、去向精准追踪。



### 绿色运营

公司深入打造“生态五粮液”，持续推动清洁生产、绿色办公、绿色建筑改造与绿色包装等实践。

#### 2025 年五粮液绿色运营主要举措



### 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
环境信息公开目标	在年度环境报告中全面披露环境治理进展及绩效数据。	达成。
三废合规排放	100% 达标。	达成。
废气减排	原有天然气锅炉 NO <sub>x</sub> 排放浓度降低 60%。	达成。
废弃物减排	2025 年，实现废弃物合规利用处置率保持 100%，主要生产废弃物酒糟资源化利用率达 100%。	达成。
绿色生产升级	持续推动全生产链绿色化升级，构建清洁生产与循环利用的标杆园区。	已实施部分已建酿酒车间和新建酿酒车间丢糟不落地区项目、冷却水循环利用项目。
环保技术创新	持续引入行业领先的污染控制技术，实现主要生产工艺的低碳化、绿色化转型。	推进酒糟生物质热电联产项目，持续优化能源结构；再生水厂将电子束用于高级氧化阶段，提升废水排放指标，应用碲化镉发电玻璃技术降低碳排放。

# 循环经济

五粮液将循环经济理念深度融入生产运营全链条，持续推进酒糟综合利用、废水资源化、包装材料循环再生等工作，实现经济效益与环境效益的协同提升。

## 治理

公司 ESG 执行委员会下设的环境议题执行小组统筹循环经济建设，各部门将资源循环理念融入产品全生命周期。公司建立了贯穿生产制造端的资源循环制度体系，通过《可再生塑料循环使用管理办法》规范 PIR 材料再利用，推动绿色制造与降本增效目标协同落地。

## 战略

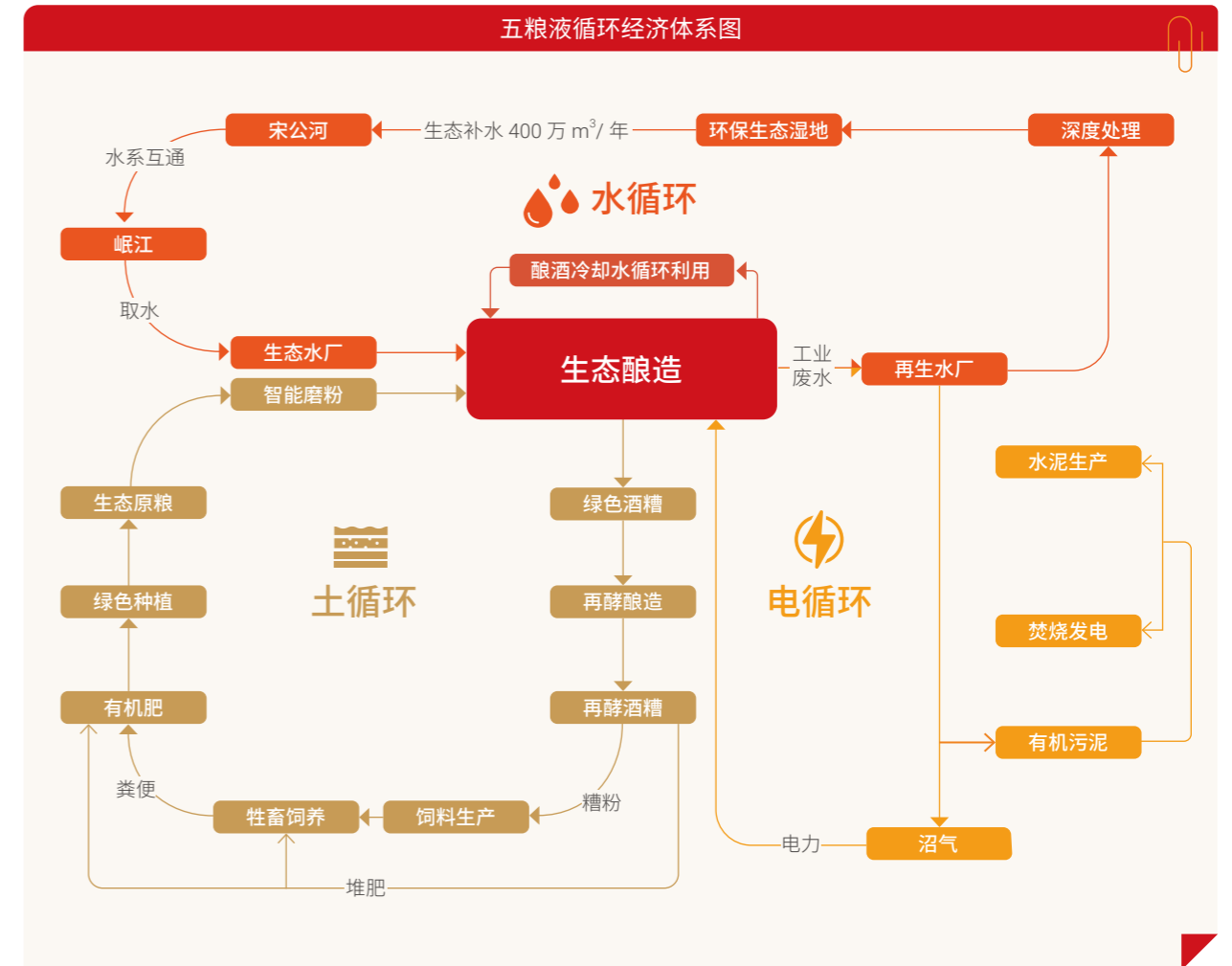
公司结合自身行业特点，深入分析内部生产及外部环境情况，识别出循环经济相关风险、机遇并制定了针对性的管理策略。

循环经济风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
供水能力不足风险	短中期	营收下降	升级水站设施，满足扩产需求。
酒糟处置不当风险	中长期	环保罚款或诉讼费用增加	推进酒糟生物质热电联产，实现资源化利用。
废水处理能力不足风险	短中期	超标排放带来罚款	建设五粮液再生水厂，提升废水处理能力。
政策变化风险	中长期	合规成本增加	实施环保设施升级，确保符合新排放标准。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
资源效率提升机遇	短中期	生产成本降低	资源循环利用、环保材料应用、供应链绿色协同。
绿色营销机遇	中长期	营收增加	参与行业标准制定和环保公益活动。

## 影响、风险和机遇管理

公司以生态酿造为核心，对整个生产工艺进行整合分类，构建出以水、土、电三大关键循环为主体的循环经济体系。



### 水、土、电循环利用

#### 深耕“土循环”，构建生态闭环

公司通过建设百万亩专用粮基地，从源头保障原粮的生态与品质。原粮经磨粉绿色物流自动化示范线，用于白酒生态酿造。

公司创新将酿酒后产生的酒糟通过原酒再酵、饲料生产、牲畜饲养、有机肥生产等多级利用，最终转化为有机肥反哺农田，不仅解决了固体废弃物的处置难题，更形成“绿色种植—生态酿造—酒糟利用—沃土培肥”的完整闭环。

### 拓展“电循环”，挖掘清洁动能

公司建成国内最大的固态白酒生产企业酿酒废水沼气发电示范项目，综合利用废水站厌氧发酵产生的沼气发电，年处理沼气 400 万立方米以上，减少二氧化碳排放量约 4,000 余吨。再生水厂投运后，年发电规模将超 5,000 万度，显著提升能源自给率与清洁化水平。



沼气发电减少二氧化碳排放量

**4,000** 余吨 / 年

### 精铸“水循环”，守护酿酒命脉

秉持“前端惜水、过程控水、末端治水”的方针，公司实施从取水、用水到回用的全链条节水改造，洗瓶水、冷却水循环利用分别达 70%、90%。其中，洗瓶循环水处理系统包含自清洗、袋式过滤、UF 超滤、药洗、紫外线处理等工艺。

构建行业独创的“两级标准处理（生化+深度）+一级生态处理（人工湿地）”三级废水处理体系，利用行业首个集景观功能、示范功能、污染治理功能于一体的环保生态湿地，进一步削减污染物排放量，不仅实现达标尾水生态净化，更将其作为生态补水反哺自然水系，年补水量达 400 万立方米。



年补水量达

**400** 万立方米

### 可再生塑料利用

公司再生材料使用范围涵盖部分透明包装盒、配件及外盖产品。通过制定《可再生塑料循环使用管理办法》，对塑料组件实施全程清洁、标识、跟踪，同时将提升循环再生料占比作为中期目标，纳入年度绩效考核，持续推动包装材料绿色化转型。

公司遵循“源头减量、分类管理、高效利用”原则，通过优化设计工艺、严格分类及全生命周期管理，实现塑料资源高效循环利用。2025 年，公司回收塑料组件 706.64 万个，创造经济价值约 1,144.75 万元。

其中，普拉斯公司制定《循环料管理标准》等制度，推动 PIR 再生料的高效回收利用。2025 年，PIR 料使用量达 12,927 吨（不含在线回用），在完全消纳当年产生 PIR 料的基础上，库存下降 33%。同时，公司配套出台《PIR 料使用计提奖励考核办法》，并推行“Go home”计划，形成包装设计、制造、使用、回收、再利用的产业闭环。通过开展 PCR 材料的改性技术研发，荣获 ChinaReplas2024 再生塑料创新应用“金苹果”奖。



回收塑料组件

**706.64** 万个



创造经济价值约

**1,144.75** 万元

公司在需求端打造“线上互动+线下体验”的互动新空间，鼓励客户退返包装获取积分并兑换工艺礼品、服务、折扣券、现金红包等，或加工成其它产品。



普拉斯“Go home”计划

### 包材与物料管理

公司坚持“一粒沙到一只瓶”的产品理念，以石英砂为起点，贯穿“原料—熔制—成型—加工—回收—再生”全过程，打造玻璃酒瓶包装全生命周期的绿色闭环，实现原料天然、生产低碳、产品可循环、废弃可重生。

公司建立覆盖“灌装—回收”全链条的废弃玻璃包装物回收体系，回收范围涵盖灌装线全部残次品、部分不合格品，以及宜宾及川南周边 12 个市县的部分回收瓶，并积极探索社会废玻璃渣回收体系建设。

	<b>干法分选技术</b>	> 建成自有废玻璃干法分选线 1 条，杂质去除率达 99.5%。
	<b>次品回收闭环</b>	> 生产线剔除的次品经密闭设备输送、破碎后回炉，利用量达 1.89 万吨，回用率达 100%；工艺优化后次品率降至 16.5% 以下。
	<b>文创价值化利用</b>	> 将不合格或回收酒瓶加工制成水杯、灯饰、盆栽等文创产品，延长材料生命周期，2025 年已开发 4 个文创项目。

此外，精美公司推动包装材料的再生循环工作，以五粮春产品包装盒为例，纸质材料占比约 84%。2025 年，精美公司纸张原材料中再生纸质材料共计 6,006.43 吨，占比约 70%，同时获取 FSC-COC 认证证书<sup>1</sup>，并每年开展认证工作，保证证书持续有效。

2025 年，公司在产品与包装设计领域荣获 4 项国际奖项，充分体现公司在绿色包装设计领域的国际认可度。格拉斯公司获评四川省节能环保企业家协会“2025 年环保创新型企业”，绿色制造案例入选中国企联（CEC）“2025 企业绿色低碳发展优秀实践案例”。



The Origin of Wuliangye 获得红点设计奖

## ● 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
塑料组件可回收料用于生产	100%	达成。塑料组件可回收料 100% 用于生产。
塑料组件中，循环材料的占比	8%	达成。循环材料使用量 3,564.55 吨，占塑料包装总量 9.62%。
玻璃包装中，循环材料的占比	超过 30%	达成。循环材料使用量达到 34,379.17 吨，占玻璃包装总量 35.02%。
生物基材料替代传统塑料	开展研究、设计打样	达成。并同步推进样品试制、多维度性能测试等后续工作。

注 1: FSC-COC 认证的全称为 FSC 产销监管链认证 (Forest Stewardship Council Chain of Custody)，它是一份证明林产品从源头到终端用户的全过程可追溯的国际认证。

# 生态系统和生物多样性保护

五粮液持续践行“生态五粮液”理念，将生态保护纳入企业可持续发展战略，积极开展区域生态环境修复和生物多样性保护工作，致力实现生产发展与生态保护的良性互动。截至报告期末，公司运营区域未对周边生物多样性造成实质性重大影响。

## ● 生态治理

公司由 ESG 执行委员会下设的环境议题执行小组负责统筹生态系统及生物多样性保护工作。2025 年，公司初步拟订《生物多样性保护政策》，承诺逐步将生物多样性保护要求覆盖企业自身运营以及价值链各环节，并鼓励供应商、承包商和其他合作伙伴应用此政策。（相关公开政策详见[生物多样性保护政策](#)）

## ● 风险识别与管理

### 生物多样性风险识别

公司定期识别生产运营相关生态系统与生物多样性主要风险，包括废水对流域水生生态、园区建设对周边栖息地、农药化肥对土壤的潜在影响，通过污水处理提标、生态湿地净化、绿色种植等措施管控风险。

### 生态影响评估

公司项目建设前开展环境影响评价，每三年聘请第三方专业机构开展风险评估，对生产运营周围的土壤、植被、水体等要素进行定期监测，确保生产活动对周边生态系统的影响处于可控范围。

### 生态保护红线

公司生产活动严格避开生态保护红线区域，杜绝在生态敏感区域开展可能破坏生态的生产活动，严格保护水源地和湿地。

## ● 遗传资源与保护

五粮液依托 700 余年元明古窖池群，构建了完善的酿造微生物保护与利用体系。

### 生物遗传资源保护

建成行业内规模领先的企业菌种库，收藏酿造微生物 400 余种、1,000 余株、20,000 余份备份，对核心功能菌株建立活体保存与种质备份机制。

### 可持续利用

创新古窖泥活态繁衍与搬迁技术，实现珍贵微生物资源的规模化扩培与稳定传承，保障窖泥微生物群落活性与功能稳定。

### 获取与惠益分享

联合高校及科研机构开展古窖微生物研究，发现 7 株新菌种，成果通过学术发表、技术交流与产学研合作实现共享，推动行业技术进步。

## 生态治理与成效

公司将“生态优先、绿色低碳发展”理念融入生产经营，持续开展区域生态修复与生物多样性保护。2015—2017 年完成园区植被恢复与湿地建设；2020 年优化雨污分流；2023 年以来，推进五粮液再生水厂建设，通过进一步提升排放标准，持续加强宋公河水生生态保护。

### 生态种植

基地严禁使用禁限用农资，推广保护性农业，从源头减少环境影响。

### 品种选育

优选抗病虫害、抗逆性强的专用粮品种，减少农药化肥使用。

### 生态管控

实施产品全生命周期管理，通过清洁能源、绿色包装、绿色运输等降低生态影响。

### 环保宣传

全年组织开展各类环保培训 20 次，倡导绿色生活，提升社会环保意识。

### 案例 专用粮基地生物多样性保护

五粮液推广生态种植，推行保护性农业。2025 年优选 3 个专用粮新品种，库存达 27 个，研发推广低耗品种；以 17.5% 的产品溢价激励绿色种植，其中一家供应商启动有机基地认证，为农田生态系统中的野生动植物提供更稳定的栖息空间。



### 案例 宋公河生态治理

五粮液优化雨污分流，推进酿酒废水资源化利用，经“生化+深度+生态”处理后用于生态补水，贯通岷江水系形成良性循环。如今河道湿地已成重要物种栖息地，11 种物种在此繁衍生息，生态修复成效显著。



### 案例 “垃圾清零三十平、美丽中国我先行” 环保主题活动

公司组织志愿者在西大门生态湿地公园开展“垃圾清零三十平、美丽中国我先行”志愿活动，以实际行动守护绿水青山，引导公众关注环境保护，助力打造美丽中国。



### 案例 “秸尽所能·蘑菇奇遇记” 生态环保志愿服务活动

公司组织宜宾市内亲子家庭与乡村留守儿童结对参与生态环保活动，通过生态轻徒步收集杂草，体验农业废弃物资源化利用。





# 02

## 社会篇

五粮液始终将社会责任担当作为企业发展的核心驱动力。以品质为基，筑牢产品安全与质量防线；以创新为翼，引领行业技术升级；以员工为本，促进企社协同发展；以可持续为纲，构建负责任价值链并赋能乡村振兴，共创和谐共赢。



# 产品安全与质量

五粮液坚守“品质为基，匠心铸造”的质量理念，严格遵循《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国食品安全法》等法律法规，对标 GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015 质量管理体系、HACCP 食品安全管理体系及 ISO 10012 测量管理体系，构建覆盖全产业链的标准化、数字化质量管理体系，实现从原粮种植到终端流通的全流程品质管控。

## 治理

公司质量管理部统筹全流程质量管控，组建由董事长任组长的 HACCP（危害分析与关键控制点）小组及 7 个专业分小组，压实食品安全风险管控责任；食品质量安全管理委员会办公室负责风险评估与分析；质量检测中心完善检测标准，提供全程质量检测技术保障。

公司持续完善质量安全制度体系，2025 年修订《落实食品安全主体责任日管控、周排查、月调度工作制度》等核心制度，新增《产品装配质量管理办法（试行）》《包装材料检测样品管理办法（试行）》等 6 项专项制度，并在 HACCP 体系中明确了产品撤回与召回计划。

## 战略

公司构建了“从一粒种子到一滴美酒”全产业链一体化质量管理模式，实现质量管控全员参与、全链协同、数据赋能，筑牢全产业链品质安全防线。

产品安全与质量风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
政策与监管风险	中长期	合规成本增加	动态跟踪法规变化，确保合规经营；持续完善制度体系。
原材料及供应商质量风险 (含气候变化引发的原料质量波动)	中长期	原材料、物料成本增加	建立全程追溯系统，严格实施质量考核与清退机制；分级分类储存原粮，扩大保供储备蓄水池；基地部署数字化气象监测设备，实现气候风险预警。
审核与管理评审不足风险	中长期	产品召回、监管罚款	定期开展内部审核、管理评审及第三方认证，组织质量分析专题研讨会。
设备故障与技术落后风险	中长期	维护成本增加	定期升级检测生产设备，推进车间“智改数转”，引入智能监测与管控系统。
质量专业人才缺失风险	中长期	潜在的质量问题带来成本增加	强化质量人才培养，通过技能竞赛、校企合作、专业认证提升团队专业能力。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
设施设备升级机遇	中长期	质量提升、成本降低	持续投资先进测试设备；完善数字化检测平台建设。
信息化技术提升机遇	中长期	效率提高、成本降低	深化信息系统应用；上线一物一码智能溯源系统。
质量模式创新机遇	中长期	品牌价值提升、市场竞争力增强带来营收增加	打造三维一体化质量管理体系，积极申报国家级质量奖项。

# 影响、风险和机遇管理

## 风险管理流程

公司严格落实《食品安全风险评估管理制度》，构建标准化闭环管控流程。由 HACCP 各专业分小组收集上报风险信息，结合体系要求研判后报送食品质量安全管理委员会；经初审后，由技术研究中心联合专家库开展专业评估，最终制定并落实防控措施。在此基础上，公司运用统计过程控制、8D 问题解决法等工具，通过定期质量分析形成“分析-改进-验证”的闭环管理。

## 全面质量管理

### 质量管理体系建设

公司构建“员工、过程、数据”三维一体化质量管理体系，覆盖所有子公司及职能部门，同步运行 HACCP 体系及测量管理体系，2025 年按期完成内部审核、管理评审及第三方认证，确保体系持续有效运行。2025 年，公司产品出厂合格率达 100%，未发生质量安全事故及因产品质量问题导致的召回事件。

产品出厂合格率达  
**100%**



五粮液质量管理体系、HACCP 体系及测量管理体系认证证书

## 实现全链协同管控

公司建立并完善覆盖产品全生命周期的全流程可追溯质量体系。

<h3>原粮管理</h3> <p>采用“定制基地+溯源基地”模式，定制基地种植完成 5 大酿酒原粮品种全覆盖，实现原料来源的全程可控制、可追溯。</p>	<h3>包装管理</h3> <p>通过企业标准与供应商管理办法实施全流程监管，要求供应商签订质量协议，开展技术培训与竞赛，推动供应链协同。</p>	<h3>生产过程管理</h3> <p>采用“自检+互检+专检”模式，核心车间引入 MES 系统实现参数实时监控。</p>	<h3>仓储物流管理</h3> <p>运用智能码技术，线上主力产品实现从酒厂到消费者订单的全程溯源。</p>
------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------

### 信息化赋能决策

公司深化 48 个全业务链信息系统应用，以 ERP 为核心，协同智慧农业、供应商管理、实验室信息管理等平台，实现原粮种植、生产、检测等环节数据精准采集。核心车间完成数字化升级；检测设备迭代升级提升精准度；线上渠道上线一物一码智能溯源系统，结合“3+N”防伪体系，实现全链路假货防控，2025 年未发生产品标识违规事件。（关于“3+N”防伪溯源体系的具体信息，详见《五粮液 2024 环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》第 47 页）

#### 案例 玻瓶 N 码溯源

普拉斯公司于 2025 年 1 月在五粮春玻瓶启用隐形 N 码防伪烤花标，实现玻瓶一物一码及生产、质量溯源。

#### 案例 订单全程溯源

新零售公司上线一物一智能溯源系统，实现第八代五粮液等主要产品从酒厂到消费者订单的全过程溯源，杜绝假货回流。

### 培育全员质量文化

公司依托“工匠学院”“工匠杯”等平台，优化《QC 小组活动细则》等制度并实施成果激励；赋予员工质量“一票否决权”，建立“质量反馈”与“无责报告”机制，年均组织近百场质量分析会。同时，公司通过质量信得过班组建设、技术攻关及《质量文化手册》《大国之酿》等宣贯材料，营造全员践行的质量文化氛围。

2025 年，公司邀请专家开展粮食检验培训，参训 50 人次；由长江源公司技术人员开展国家禁限用农药名录解读专题培训，参训 34 人次，进一步规范生产流程、强化质量管控。

### 严控食品安全

公司立足“监管完善、制度健全、考核到位、生产严控”四大维度，全面筑牢食品安全防线。

#### 监管机制

建立“主要领导统筹、分管领导主抓、一线员工落实”的责任传导机制，配备专兼职食品安全员，全覆盖签订责任承诺书。

#### 制度保障

修订食品安全相关制度，梳理形成公司级《食品安全风险管控清单》。

#### 考核机制

实行食品安全“一票否决”机制，对供应商质量问题采取严厉处罚。

#### 生产管理

强化原粮前置检验，严禁使用禁限用农药化肥，推行“自检 + 互检 + 专检”三重质检模式。

### 质量管理成效

#### 质量荣誉认可

以中国企业参评历史最高分荣获 EFQM 全球奖 7 钻认证及“联合国可持续发展目标践行与企业绩效卓越奖”单项奖。

凭借“从一粒种子到一滴美酒”全产业链一体化质量管理模式获第五届中国质量奖提名奖，成为唯一获奖酒企。

顺利通过全国质量奖复评。

3 个车间及质量检测中心获“五星级现场”认证，1 个车间获“四星级现场”认证。

5 个项目获中国质量创新“示范级”奖项。

五粮液“飞跃 QC 小组”项目获 ICQCC 国际质量管理小组会议金奖。

### 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
内部审核完成率	100%	达成。
自查质量问题整改率	100%	达成。
产品安全与质量合格率	100%	达成。
质量和食品安全事故数	0 件	达成。
市场质量投诉信息处理完成率	100%	达成。

# 客户服务与隐私保护

五粮液坚守“客户为本，和美服务”理念，严格遵循《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，依托《售后服务管理办法》构建全渠道服务体系，强化消费者权益与个人信息保护。

## ● 客户服务体系

公司搭建标准化组织架构与全渠道服务网络，以 95195 客户服务中心为统一枢纽、市场管理部为核心管理部门，在全国设立 50 家免费产品鉴定服务站，配备专业服务团队，构建线上线下融合的一体化服务体系。

## ● 客户投诉管理

公司建立闭环投诉处理体系，客户投诉及时响应并生成工单。产品类投诉经工单系统分发至对应区域，负责人员第一时间联系客户并现场核实，若确认为正品则协商处理，若为假冒则告知客户并配合维权。非产品类投诉由 95195 客户服务中心受理，专职人员审核、筛选、分派至各单位处理。

2025 年，95195 客户服务中心全年有效工单 51,021 张，一次性解决率 87.49%。（有关客户服务及投诉管理流程的具体信息，详见《五粮液 2024 环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》第 49 页）

## ● 客户隐私保护

公司明确隐私保护职责分工，严格遵循《消费者权益保护法》等相关规定，围绕数据安全、客户隐私与知情权，构建全流程隐私保护体系。

## 技术与管理防护

公司从技术防护和管理保障两方面筑牢隐私安全防线。

在技术层面，实施数据全生命周期加密管理，在传输层和存储层对客户手机号、身份证号等敏感字段进行自动加密，并实施脱敏处理，杜绝隐私泄露风险。

在管理层面，建立健全隐私保护管理制度，要求全员签订保密协议，明确隐私保护义务与责任；构建数据分类分级管理制度，核心隐私数据访问需多级审批；客户隐私信息加密存储，禁止私自留存、复制或传播；定期开展专项培训，将隐私信息泄露行为列为严重违纪并严格追责。

## 知情权保障

公司在电商平台商品详情页公示产品规格、产地、储存方法及退换货规则等核心信息；仅采集订单履约必需的收货信息，明确客户数据使用范围与用途。客服在服务中，主动提醒验收注意事项、退换货限制等内容，保障消费者知情权与选择权。

## ● 客户满意度管理

公司以顾客满意度指数 (CSI) 体系为依据，定期开展覆盖海内外经销商、终端渠道及消费者的全域顾客满意度调研。2025 年调研结果显示，2024 年度顾客满意度指数<sup>1</sup> 达 94.5。



2024 年度顾客满意度指数

94.5

## ● 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
客户服务质量	客户服务满意度 <sup>2</sup> 达 <b>95%</b> 以上	达成。
	客户投诉处理完成率达到 <b>100%</b>	达成。
隐私保护	重大数据安全事故及泄露客户隐私事件为 <b>0</b> 件	达成。
	隐私政策覆盖率和用户知晓率达到 <b>100%</b>	达成。

注 1: 顾客满意度指数指公司每年委托权威第三方机构，依据国际通行的顾客满意测评标准（如 GB/T 19038-2009、GB/T 19039-2009 等），围绕品牌形象、预期质量、感知质量、感知价值、顾客忠诚度等维度，对公司的产品质量、服务水平及品牌影响力开展的系统性调查。该指标旨在客观评估公司全系产品及服务在消费者心中的综合表现，为战略决策、质量改进及奖项申报提供数据支撑。

注 2: 客户服务满意度指通过公司 95195 客户服务中心，对来电咨询、投诉处理、业务办理等交互环节，由客户在服务结束后对坐席人员的服务态度、响应速度、问题解决能力及整体体验进行评价的统计结果。该指标聚焦于售后服务环节的即时体验，旨在监测和提升客户服务团队的专业水平与服务效能。

# 负责任营销

五粮液坚持诚信合规、公开透明的营销原则，严格遵守《中华人民共和国广告法》《广告管理条例》等法律法规，以规范的营销行为践行企业社会责任。

## 治理

公司建立三级营销合规管控机制，由广告宣传管理办公室、营销单位、融媒体中心分层履职，通过“先审后发、分级把关”确保传播合规可控。

制度层面，公司制定《广告宣传管理制度》《五粮液品牌营销活动管理办法（试行）》等，修订《五粮液经销商管理规定（试行）》，明确营销全流程合规要求、品牌传播标准与经销商管理规范。

## 战略

公司积极应对营销合规、消费者权益保护等各类风险，同时把握品牌声誉提升等机遇，实现营销行为与法律法规要求、消费者核心利益的有机统一。

负责任营销风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
营销合规风险	中长期	违规罚款、成本增加	完善营销宣传内容审核流程，明确广告宣传行为、内容与用语准则。
消费者权益保护风险	中长期	产生诉讼费用、成本增加	优化客户服务体系，强化产品溯源与防伪，规范信息传播。
市场秩序风险	中长期	品牌声誉受损、营收减少	建立线上线下监测与管控机制，联合第三方维权律所与执法部门打击侵权行为。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
品牌声誉提升机遇	中长期	市场份额扩大、营收增加	推进理性饮酒、绿色营销实践。

## 影响、风险和机遇管理

结合酒业实际和法规要求，公司深入分析潜在的营销合规风险，并采取系统性管理措施。

### 营销合规管理

#### 营销传播准则

明确“十不准”准则，规范公司名称及包装元素使用，建立全流程内容审核机制；在数字化营销场景中，标注“未满 18 岁请勿购买、孕妇请勿饮酒、酒后请勿驾车”等提示，视频设置“适度饮酒”标识；传播产品健康与营养信息时，严格遵循相关要求，不夸大、不误导；在重大活动中，实行全流程管控。

#### 经销商合规管理

优化经销商全流程管理，精简审批环节，实施分类管理，构建多层次沟通体系，开展经销商直播培训，提升经销商合规营销与服务能力。

#### 市场秩序维护

引入第三方监测，对全网平台实施常态化监控，打击售假、低价倾销等违规行为，2025 年累计处理侵权行为超 6.2 万条次，关停违规店铺、下架违规链接，有效净化市场环境。

#### 负责任营销审计

持续开展负责任营销审计工作。2025 年，公司强化对营销行为的常态化监督，持续提升全链路营销合规水平。

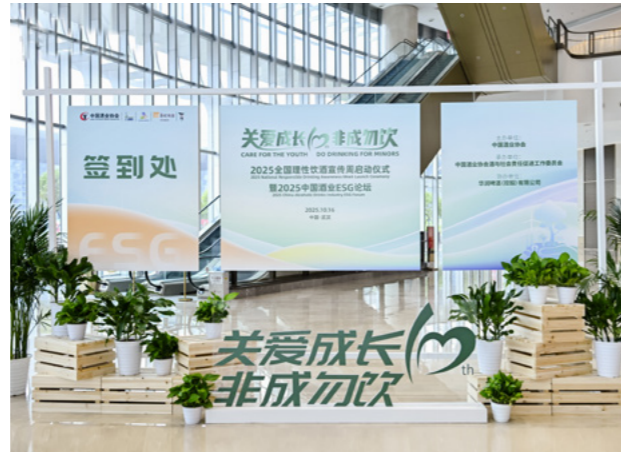
#### 负责任营销培训

构建分层分类的培训体系。2025 年，公司面向内部营销人员、经销商及自营店工作人员，开展负责任营销专项培训，全年累计覆盖 7,150 余人，提升合规营销意识与实操能力。

## 倡导理性饮酒

公司积极传播理性饮酒文化，依托“全国理性饮酒宣传周”引导消费者树立理性饮酒意识。全年公司举办超两万场产品品鉴会，引导消费者慢品细酌、理性品鉴。

2025 年，五粮液携手中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会共同发布《全国理性饮酒宣传周十周年倡议书》，呼吁全行业坚决守护青少年健康成长，筑牢“关爱成长、非成勿饮”的坚实防线，让理性饮酒成为社会风尚、文明象征。



2025 全国理性饮酒宣传周启动仪式暨 2025 中国酒业 ESG 论坛

## 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
涉及营销传播的违规事件数	0 件	达成。
广告合规审核通过率	100%	达成。
产品标识完整率	100%	达成。
未成年人禁酒	提示覆盖率达到 100%	达成。
	开展至少 2 次宣传活动	达成。
理性饮酒倡导	宣传覆盖人数增长 10%	达成。
	“酒后勿驾车”提示覆盖率达到 100%	达成。
	开展至少 1 次与饮酒责任相关的公益活动	达成。

## 创新驱动

五粮液将创新驱动作为实现高质量发展的核心引擎，严格遵循《中华人民共和国科学技术进步法》《中华人民共和国促进科技成果转化法》等法律法规，持续构建以科技为支撑、责任为导向的可持续发展新范式。

### 治理

公司建立由董事长牵头、技术委员会为核心的多层级科技创新管理体系，明确技术委员会为最高决策机构，专家委员会为决策咨询机构，战略发展部为归口管理部门，并由项目承担单位与项目组负责项目统筹及具体研发实施。同时，公司制定并实施《科技工作管理办法（试行）》《科技创新成果奖励实施办法》等 10 余项内部制度，持续夯实科技创新基础，为高质量发展提供坚实保障。

### 战略

公司制定“1·3·3 创新战略”，坚持理论前瞻、应用问题解决与市场导向协同，系统识别科技创新中涉及的风险与机遇，持续推进五粮液酿造科学化和现代化。

#### 创新驱动风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
技术创新滞后风险	中长期	竞争力下降、营收减少	建设技术创新平台，加强内外部协作；定期评估技术项目进展，及时调整研发策略。
知识产权风险	中长期	诉讼赔偿、成本增加	完善知识产权管理体系，强化专利布局与保护。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
市场竞争力提升机遇	中长期	市场份额扩大、营收增长	投资前沿技术，推动智能酿造与绿色工艺，开发健康低碳产品。
生产工艺优化机遇	中长期	效率提升、成本降低	推动自动化、信息化，提升生产效率，减少资源浪费。

### 影响、风险和机遇管理

公司以项目制驱动技术创新，动态管控风险、强化复盘与总结，形成闭环驱动的创新风险管理流程。创意产生阶段，定期研判行业关键问题及市场需求，结合可持续发展要求制定项目申报指南；研发立项阶段，组织专家组筛选项目，明确经济社会效益及技术、环保、安全等风险，以刚性指标确保可持续发展要求达标；研发开展阶段，通过月组会、半年及年度考核监控项目进展；成果转化阶段，确保材料工艺符合可持续发展要求，并将技术经验转化为后续研发准则。同时，公司将资金筹措与使用纳入年度预算统筹管理，通过审批、拨付、使用、监督、审计闭环管理，提升资金使用效率、强化风险防控，为科技创新战略落地提供坚实资金保障。

## 创新平台建设

公司持续打造以国家级企业技术中心为龙头、产学研联合实验室为支撑、博士后科研工作站为纽带的创新平台体系。

**技术平台建设：**十四五期间，股份公司（含下属子公司）新增 7 个省级创新平台。截至报告期末，公司拥有 7 个国家级创新平台、13 个省部级创新平台、2 家省级专精特新中小企业及 2 家高新技术企业。

**产学研合作交流：**公司与科研院所、高校等机构开展多元化合作，提前布局绿色技术、健康研究等前沿领域，推动学术成果快速转化。2025 年，与清华大学等多家高校科研机构开展合作项目 21 项，合作经费 1,299 万元。

**博士后科研工作站建设：**以博士后科研工作站为核心载体，聚焦白酒酿造微生物、智能酿造、风味化学、绿色低碳等关键领域，引育高层次创新人才，开展前沿技术攻关。



开展合作项目

21 项



合作经费

1,299 万元

## 团队创新赋能

### 研发团队赋能

公司依据《“五粮菁英”人才队伍建设三年行动方案（2024-2026）》，实施技术人才“名师带徒”计划，试行“揭榜挂帅”机制，推动形成层次分明、结构合理的技术人才队伍，依托产学研合作项目开展人才交流，鼓励研发人员参加技术培训、学术交流、学术论坛等。

### 研发创新激励

公司实施《科技创新成果奖励实施办法》《小改小革类成果奖励实施办法（修订）》，设立 9 个奖励标准及奖金级别。2025 年，公司小改小革成果激励金额达 44.41 万元，员工获得中国职工技术协会职工技术创新成果特等奖 1 项，中国职工文化体育协会岗位创新成果一等奖 1 项。

### 案例 五粮液“匠艺杯”职工创新成果展评活动

2025 年，五粮液举办“匠艺杯”首届职工创新成果展评活动。涵盖生产、技术、运维等领域的 34 个创新案例参赛，最终 20 个项目获奖。活动营造了“学技术、比创新、展风采”的浓厚氛围，有效推动创新成果转化。



## 数字化赋能创新

2025 年，依据《五粮液智改数转蓝图规划方案》，公司聚焦平台建设、技术攻关、项目创新，激活数字创新价值。

**建强创新平台：**深化“四川省白酒行业数字化转型促进中心”省级平台建设，累计申报国家级、市级专项资金近千万元，全年牵头斩获省市级及以上创新类荣誉 5 项。

**攻坚核心技术：**深耕白酒行业数字化技术攻关，累计获得 2 项发明专利，在《数字化转型》期刊发表论文 1 篇，为行业技术升级提供有力支撑。

## 技术创新进展

公司在关键酿造技术、核心菌种等领域实现自主研发并突破核心技术瓶颈。同时，集聚优势科研力量，围绕绿色酿造等前沿方向开展原创性、引领性科技攻关。

报告期内，公司在研项目 130 项、发表科技论文 117 篇；申请专利 275 项、授权专利 239 项；多项科研成果已在生产实践中转化应用，为高质量发展注入强劲科技动能。

研发方向/领域	科技创新进展及其成果应用	对经济、社会、环境和利益相关方的影响
关键酿造技术	酿酒生态环境监测技术体系。构建形成五粮液园区生态环境因子监测体系，常态化监测酿造环境变化及微生物演替，为酿造工艺参数微调提供参考。	环境：提升极端气候预警能力，保护酿造微生态，保障园区生态稳定。 社会：稳定产品质量，维护消费者权益。 治理：数据驱动工艺决策，增强生产透明度。
	微生物资源挖掘及菌剂制备技术。以首次在国际上发现并命名的微生物新种应用为核心，制成窖池养护功能菌剂并应用于十万吨生态酿酒项目。	环境：减少化学添加剂，维护窖池微生态平衡。 社会：保护稀缺菌种资源，提升名酒率。 治理：掌握核心菌种 IP，实现种质自主可控。
	白酒生物活性成分研究。首创白酒生物活性成分解析关键技术及黄水绿色提取工艺，已成功转化为实际应用或商业化产品。	环境：黄水绿色提取，副产物高值化利用，减少废弃物。 社会：揭示健康成分，引导理性消费，提升公众健康信任。 治理：提供行业共享技术方案，推动标准化治理。
核心菌种	端云一体智能光谱快检系统研发。解决了传统酿酒过程中理化指标检测率低、时效滞后及便携式不足的行业共性问题。已在五粮液酿酒过程中全面应用。	环境：无损免试剂检测，消除废酸废碱污染。 社会：提升检测效率与准确性，保障产品安全。 治理：数据上云，支撑数字化与可追溯性决策。
	2025 年在国际上首次公布并命名 3 株新菌种，特有微生物新种共 7 株。建成了国内白酒行业规模最大的企业微生物菌种资源库，保藏微生物菌种量超过公开报道的可培养菌种的 124%。	环境：保藏微生物遗传多样性，支撑生态修复。 社会：掌握种质资源，维护生物安全与产业自主。 治理：完善 IP 与保藏体系，防范资源流失。

2025 年，公司获中国酒业协会科学技术进步奖一等奖 1 项、中国食品工业协会科学技术奖一等奖 1 项、中国职工技术协会技术创新成果特等奖 1 项，获国际领先成果评价 2 项。



中国白酒微生物菌种资源库建设及产业化应用获得第四届“新华信用金兰杯”可持续发展实践成果奖



白酒酿造过程中生物活性成分解析关键技术及应用获得中国食品工业协会 2024 年度科学技术奖一等奖

## 知识产权保护

### 制度与体系建设

公司依据《商标管理实施办法》《专利管理实施办法》等内部制度，成立打击假冒维权管理办公室，构建以“五粮液”商标为核心、覆盖 45 个商标类别的品牌保护体系，以及以“五粮液”“五粮”系列商标为重点、涵盖 33 类酒类商标的商标保护体系。

### 维权保护与生态构建

公司以五粮液知识产权保护专项工作组为重要抓手，2025 年以“深化行刑衔接、强化法律维权、创新线上治理、推动行业共治”为重点方向，深化与执法部门的协同联动，构建了高效有力的政企协同保护格局。同时，全国免费鉴定服务体系持续扩容，站点规模拓展至 50 家，实现对线上售假与线下侵权的全链条精准打击；同步上线运行维权数字化管理平台，发布合规指引、组织开展多轮专题培训，初步建成覆盖全国、多维联动、数据驱动的知识产权立体防护生态。

### 知识产权成果与维权成效

2025 年，公司办理知识产权侵权案件 1,549 件，全年审结胜诉 660 起，获赔 2,546.38 万元，知识产权维权成效显著。截至报告期末，公司国内注册商标总量达 3,119 枚，国际注册商标 683 枚；“五粮特曲”“五粮浓香”被认定为四川省知名商标。

## 科技伦理

五粮液严格遵循国家《关于加强科技伦理治理的意见》《科技伦理审查办法（试行）》等政策指引，将科技伦理管理贯穿于微生物技术研发全过程。公司建立涵盖菌种改良、基因编辑、细胞工厂等前沿领域的伦理审查机制，确保不涉及有争议的生物操作；针对生物活性肽、脂肪酸等新型成分的开发，严格执行生物安全与环境影响评估，确保成分提取与使用符合生态系统保护及消费者健康要求。

## 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
研发投入	超过 4 亿元	达成。全年研发投入金额达 4.49 亿元。
申请专利数量	≥260 件	达成。申请专利 275 件。

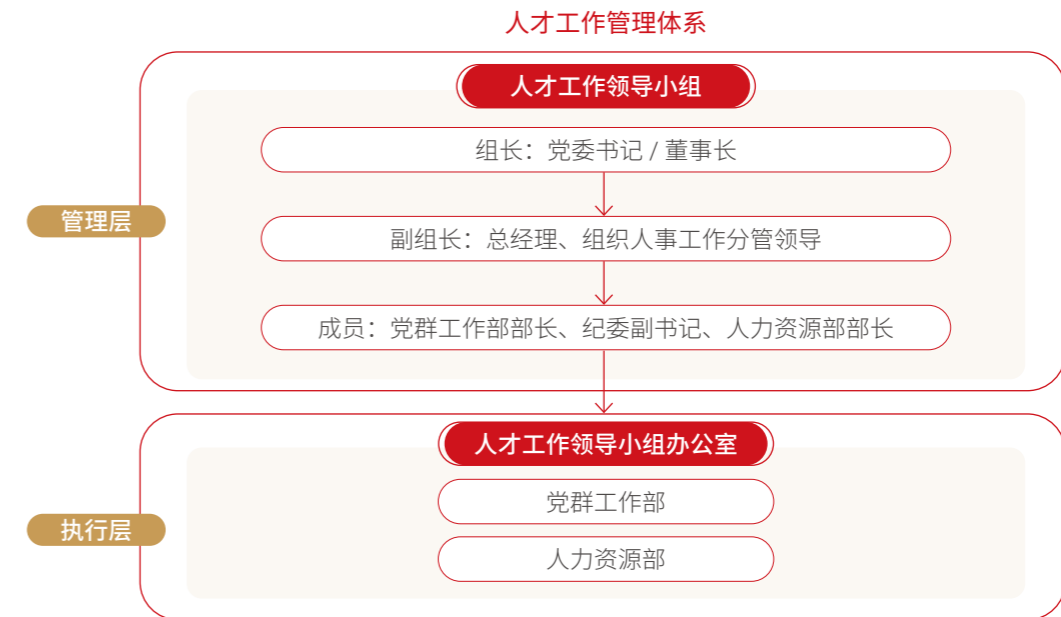
## 员工

五粮液将全体员工视为企业发展的核心力量，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规，践行“人才资源是第一资源”理念，持续优化人力资本管理体系。

### 治理

#### 治理架构

公司建立由管理层决策与执行层落实的人才工作管理架构。人才工作领导小组全面负责公司人才队伍的建设规划与统筹管理，人才工作领导小组办公室负责执行各项人才工作部署。



#### 制度体系

2025 年，公司聚焦员工招聘、薪酬福利及职业发展等方面颁布与修订多项内部制度，以强化员工权益保障，营造公平、透明的成长环境。（更多人力资源相关管理制度详见《五粮液 2024 环境、社会及公司治理（ESG）报告》第 57 页）

##### 五粮液人力资源管理制度（2025 年新增 / 修订）

#### 员工招聘与雇佣

《关于实施子公司人员编制及招聘调配管理的通知》

#### 员工薪酬与福利

《关于进一步完善技术技能津贴标准的通知》《关于修订〈酿酒生产一线大龄员工离岗退养管理办法（试行）〉部分条款的通知》

#### 员工培训与发展

《职工教育培训管理制度》《关于强化主管职级人员任免程序规范的通知》

## ● 战略

公司围绕人才的“选、育、用、留”构建闭环管理模式，持续推进“五支人才队伍”建设，以优化人才队伍整体质量与结构，驱动企业可持续发展。

### 员工风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
人才吸引与保留风险	中长期	运营成本增加	构建人才生态圈，提供具有竞争力的薪酬体系、清晰的职业发展路径及多维员工关怀福利。
人才结构与配置失衡风险	中长期	成本增加、营收减少	动态调整人才队伍结构，建立健全人才的引进、培育与评价机制，提升人力资源配置效能。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
人才发展战略升级机遇	中长期	经济效益增加	鼓励员工参与各类培训学习活动，推进专业技术与技能人才梯队建设，拓宽职业发展路径。
人力资源数字化转型机遇	短中长期	运营成本降低	强化数据分析应用，以数字化平台优化招聘、培训等核心管理流程，提升决策科学性。

## ● 影响、风险和机遇管理

### 多元、平等与包容

公司遵循《世界人权宣言》《联合国工商企业与人权指导原则》等国际准则，制定并发布《员工权益保护准则》，确立“尊重每一种可能，包容每一种不同”的雇主品牌，构建多元平等的员工队伍，消除任何形式的歧视与偏见，就反骚扰、禁止童工、禁止强迫劳动、工时合规、结社自由与集体谈判权等核心劳工权益作出明确承诺。（相关公开政策详见[员工权益保护准则](#)）

2025 年，公司持续构建多元化的员工队伍。其中，少数民族员工涵盖 22 个民族，女性员工占比约 25%，残障员工占比约 3%。

### 招聘与雇佣

#### 公平招聘

公司综合采用校园招聘、社会招聘与内部竞聘等多元化渠道开展人才选拔，招聘公告统一使用中性语言，避免性别歧视。招聘全程严格执行资格审核、亲属回避及双盲面试机制，确保选拔过程公正、客观。2025 年，公司开展两次大规模集中招聘，并赴清华大学、北京大学等高校宣传；同步推行“线上+线下”笔试，创新考核形式。所有录用信息均通过官方渠道公示，接受社会监督。

### 合规雇佣

公司以劳动合同制员工为主，依法与所有员工签订劳动合同，明确岗位类别、试用期、合同期限等关键信息。在发生重大运营变更时，公司依法履行信息披露义务，提前通过内部沟通渠道告知员工，设立反馈渠道并提供必要支持。同时，根据相关法律法规要求，对劳动争议调解委员会委员进行及时调整，充分发挥好公司劳动争议调解组织职能。截至报告期末，公司员工总人数 25,216 人，全年员工雇佣率<sup>1</sup>2.98%，员工流失率<sup>2</sup>低于 1%。

此外，公司提供了非全日制用工、实习生等多种灵活就业机会，并根据岗位特点和人员情况为相关人员提供必要的健康安全保障，如劳动保护用品、健康体检等。

### 招聘数字化

2025 年，公司线上招聘管理模块持续升级，进一步完善线上管理，优化招聘信息发布、简历收集、进度查询及入职管理等多个环节，推动招聘工作质效和应聘人员满意度提升。

### 薪酬与福利

公司为员工提供具有市场竞争力的薪酬与全面多元的福利保障，切实保障员工合法权益，不断提升员工归属感、幸福感与安全感。

#### 员工薪酬

公司构建科学、系统的薪酬管理体系，严格落实最低工资标准，注重内部公平与外部竞争力，实现同岗同酬。薪酬结构涵盖固定工资、绩效激励、津补贴等，确保员工工资按时足额发放。

#### 员工考核

公司建立覆盖全员的员工考核管理体系，实施定期、多维度全员考核，实现组织绩效与个人绩效的有机联动，考核结果可应用于薪酬分配、职业发展、人员调整退出等方面。为保障考核公正性，公司设立考核申诉机制，员工可就考核结果向相关单位提出书面申诉。

#### 员工福利

公司依据《社会保险工作管理规定》《职工带薪年休假实施办法》及新一轮《集体合同》等制度文件，构建系统化、多层次的员工福利体系。



员工总人数

25,216 人



员工雇佣率

2.98 %

注 1：员工雇佣率 = 2025 年新进员工人数 / 员工总数 \* 100%。

注 2：员工流失率 = 2025 年员工流失人数 / 员工总数 \* 100%。

### 五粮液员工福利体系

#### 法定福利



**五险一金：**养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险、住房公积金。  
**工时休假：**以标准工时制为主，严格落实法定休假政策。

#### 人才福利



**经济补贴：**为符合条件的人才申请安家补助、创业补助。  
**住房福利：**为符合条件的人才提供过渡性住房。

#### 特殊福利



**女性员工福利：**妈咪宝贝屋、专项卫生用品、妇科普查。  
**青年员工福利：**提供培训、技能提升项目、青年联谊活动等。  
**困难职工福利：**“常态化+突发性”帮扶机制。  
**残疾员工福利：**提供生活补贴、技能培训、辅助器材支持等。

#### 专项福利



**生日福利：**依托“五粮液家园”平台，搭建生日慰问专区，拓展慰问品选择范围。  
**节日福利：**结合职工需求实现慰问品精准送达。  
**婚嫁生育退休福利：**为结婚、生育、退休职工定制发放专属纪念品。

#### 补充保障福利



**补充性福利：**补充医疗保险、企业年金。  
**成长性福利：**学历提升教育奖励及技能职称提升费用报销；技术技能津贴。

#### 健康与生活福利



**医疗服务：**面向职工及其家属，推行“五粮液家医”服务，具体包括线上咨询、线下门诊预约、全程陪诊、重疾绿通等。  
**心理健康：**提供心理健康课程，举办压力管理与情绪调节专题讲座。  
**疗休养：**依据《五粮液疗休养活动暂行管理办法》，定期组织职工疗休养活动。  
**文旅福利：**链接文旅资源，开展“百万职工游巴蜀”活动。  
**家庭育儿福利：**提供职工子女暑期托管服务；持续深化校企合作，为职工子女入学争取优惠政策。  
**生活福利：**与第三方合作，为员工提供洗衣、洗车、餐饮、购物等优惠权益，便利日常生活；2025年“五粮液家园”平台全面实现自主开发、自主建设、自主运营，通过社区、服务、商城等版块涵盖职工思想引领、风采展示、建议献策、福利发放等多项内容。

2025年，公司构建多层次员工关怀体系，累计发放救助与慰问品超1亿元，惠及12万人次；春节期间，工会走访慰问员工超1.6万人次，发放款物价值逾500万元。同时，持续优化职工服务，职工生日慰问与女工用品发放满意率超94%，全面提升员工获得感与幸福感。

#### 案例 “五粮液家医”：守护职工健康

全面推广“五粮液家医”项目，为近九万名职工及家属建档，提供线上问诊、线下陪诊及重疾专项服务，构建起覆盖全员的专业化健康管理體系。



#### 案例 “妈咪宝贝屋”：构筑温馨港湾

以“温馨、安全、实用”为核心，建设并完善“妈咪宝贝屋”，为孕期及哺乳期女职工提供私密的哺乳与休憩空间，并由专人负责日常清洁与维护。



#### 案例 “暑期托管班”：家庭关怀延伸至子女

开设暑期托管班，为超400个职工家庭的子女提供就近、弹性的托管服务，联合专业机构开发多元课程，有效解决职工“暑期带娃难”的问题。



#### 案例 “巾帼关爱”：绽放女性风采

举办“三八”节系列活动，涵盖女职工维权月、非遗手工体验、健康知识讲座等内容，满足女职工精神文化需求。



## 培训与发展

公司深化产业工人队伍建设改革，构建多层次、立体化的员工培训与发展体系，强化员工技能提升与职业成长，助力公司人才梯队建设与核心竞争力提升。

### 员工培训与赋能

#### 培训体系

2025 年，公司修订《职工教育培训管理制度》，确立系统性、针对性、集约性、有效性四大原则，明确“三级 + 四类 + 外出 + 技能”员工教育培训体系，为学习型组织建设提供制度保障。

#### “三级 + 四类 + 外出 + 技能”员工教育培训体系

三级培训	公司级（战略文化）、部门 / 车间级（专业管理）、班组级（岗位技能）
四类培训	生产类、技术类、营销类、管理类
外出培训	人工智能和数据分析、设计管理与创新思维、精益现场管理等
技能培训	白酒酿造及品评技能、厨艺技能、电工安全技术等

#### 培训渠道

公司通过线上线下相结合的方式，提升培训覆盖面与实效，全方位赋能员工成长。

**线上培训：**2025 年，知识管理平台开展线上培训 170 项，参训超 5 万人次；组织线上考试 240 场，参考 5.6 万人次。

**线下培训：**开展线下培训 616 项，培训场次 798 场，参训超 8 万人次。

#### 重点培训项目

项目名称	2025 年成效
“一粒种子到一滴美酒”的全流程研修计划	开展 2 期，培训 152 名业务骨干，系统传承 1366 匠艺密码。
国际化专项能力提升班	联合清华大学，培训 58 名业务骨干，提升国际化专项能力。
AI 人工智能训练营	开展 8 期，围绕 AI 赋能办公、工业数字化等主题，提升全员数字素养。
新员工入职培训	形成“轮岗培养 + 青蓝导师”特色模式，加速新员工融入。
品牌建设与数字化营销专题培训班	联合浙江大学培训核心业务骨干 64 人，提升其在品牌策划与数字营销领域的战略思维和执行能力。

### 五粮液工匠学院

公司工匠学院以“1+3+N”为核心架构，以 1 个体系统筹为基础，重点推进技能提升、素养提升、数智赋能 3 项工程，以 N 维实战扎根一线，确保培育内容与生产经营需求精准对接。学院完成核心工种线下实训点建设。2025 年，学院被认定为四川省工匠学院，并入选中华全国总工会重点支持工匠学院名单。首次评定出 1 名首席技师（全省首批仅 10 人，省内白酒行业唯一）和 4 名特级技师，全年新增 1 个省级劳模和工匠人才创新工作室、1 个省级技能大师工作室、2 个市级创新工作室、5 个市级技能大师工作室，人才培育平台结构进一步夯实。

### 内训师管理体系

公司构建阶梯式内训师管理体系，设一级、二级、一般三个级别，由中层以上管理者及专业人员组成。2025 年，公司新开发国际化、领导力等线上课程 114 门，持续丰富内部课程资源库。

### 以赛代训体系

公司构建覆盖全产业链的以赛代训体系，通过承办市级技能竞赛、举办“匠艺杯”职工职业技能大赛，实现全链条人才选育。2025 年，开展各级劳动和技能竞赛 200 余场次、参赛超 2 万人次。

## 员工晋升与发展



### 职级晋升路径

公司搭建清晰多元的职业发展通道，结合培训、员工考核和激励机制，支持员工职业成长。公司技能序列执行从学徒工到首席技师的“新八级工”职业技能等级序列，技术序列设技术员至正高级工程师 5 个层级，管理序列设员工至高级管理人员 4 个层级，为员工提供清晰明确的职业成长路径。



### 学历与职业资格支持

公司积极支持在职学历提升与职业资格认证，对学历提升给予教育奖励，对技能及职称提升予以费用报销。2025 年，232 名员工获得学历提升教育奖励累计 173 万元；1,668 名员工技能及职称提升费用报销共计 126 万元。



### 退休过渡计划

对于酿酒生产一线大龄员工，公司依据《酿酒生产一线大龄员工离岗退养管理办法（试行）》，为距自选退休年龄不足 2 年的员工提供离岗退养安排，保障其平稳过渡。

### 民主管理与沟通

公司遵循《中华人民共和国工会法》，完善以职工代表大会为核心的民主管理体系，保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权。

#### 民主管理

公司以职工代表大会制度为核心，推行制度化、规范化的民主管理。2025 年，规范召开第七次、第八次职工代表大会，审议通过《集体合同》等 13 项重要议案；全年征集职工代表提案 38 件，经审理立案 4 项、转为意见建议 24 项，通过闭环机制全部落实推进。

2025 年 4 月，公司完成新一轮集体合同的协商与签订，覆盖全体员工。合同特设“女职工劳动保护”章节，细化“四期”保护措施，包括产假、育儿假等。

#### 员工沟通

公司通过“五粮液家园”平台、调研座谈等“线上+线下”方式收集员工诉求，并建立联动落实机制，确保诉求闭环解决。2025 年，累计收集员工建议 79 条，办结率达 100%。

公司常态化开展员工满意度调查，每月针对食堂服务、廉租房保障等事项开展专项调查。截至报告期末，公司工会组织全部共 61 个基层单位开展年度“会员评家”活动，员工对工会工作的满意度达 100%。



员工对工会工作的满意度达

100%

## 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
劳动争议化解率	100%	达成。
员工培训覆盖率	100%	达成。
离职率	<1%	达成。

## 职业健康与安全

五粮液秉持“预防为先、全员参与、生命至上、万无一失”的职业健康安全方针，严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，致力于推动职业健康安全管理体系的长效运行。

### 职业健康

#### 治理

公司持续通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证，并以 ISO 45001 为框架，持续完善职业健康安全管理体系。通过构建覆盖全公司的“三级职业健康管理网络”，形成权责清晰的治理机制。

##### 职业健康管理架构

治理主体	角色	人员构成	职能职责
职业健康工作领导小组	决策与部署	组长：董事长 副组长：总经理 成员：公司其他领导及各单位党政负责人	负责全面决策、部署和组织职业健康管理相关的战略。
职业健康工作领导小组办公室	管理与监督	后勤服务中心	承担公司职业健康管理的监督管理职责，负责制定管理制度、落实职业健康责任制、组织职业病防护和监测、开展宣传培训，并协调各单位落实执行。
各部门、车间及子公司	执行与落实	专职、兼职职业健康管理员	执行职业健康安全相关的制度，与其他部门合作，确保工作环境的健康安全，并与员工进行有效沟通。

在制度建设层面，公司制定了纲领性的《职业健康安全政策》，将职业健康安全理念融入企业运营的各个环节，不仅覆盖全体员工，更延伸至承包商及相关方，切实守护职业健康与生命安全。（相关公开政策详见职业健康安全政策）

同时，公司将职业健康与安全绩效明确纳入总经理等高管的薪酬绩效综合评定，并与各责任单位签订年度《职业健康管理目标责任书》，形成管理闭环。

#### 战略

公司通过系统性的方法识别与评估职业健康相关的风险，并制定前瞻性的管理策略。

##### 职业健康风险及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
职业病危害因素管控不足风险	中长期	医疗费用、劳动纠纷与诉讼赔偿费用增加	从源头评估危害；加强运营期关键因素的监测与治理，优化作业环境，配备有效劳动防护用品。
新兴公共卫生事件应对不力风险	中期	医疗费用增加、营收减少	完善应急指挥体系与专项预案，识别主要风险，确保快速响应。

## 影响和风险管理

公司建立并执行“双重预防机制”，运行双控信息化平台，通过系统化的风险管理流程，确保职业健康安全风险得到有效管控。流程涵盖全面危险源辨识、定性与定量相结合的风险分析、分级管控措施制定与实施，以及“日检查、周通报、月分析”的动态监测机制与整改闭环管理，实现风险持续识别、评价、控制和改进。

### 突发事件应急管理

公司设立联防联控中心统筹应急管理，制定并定期演练《食物中毒事故专项应急预案》《公司公共卫生突发事件应急预案》等预案。同时，储备充足的应急物资，与就近医院开通员工就诊绿色通道，确保快速响应。对于发生的职业病危害事故，设立调查、处置和报告程序。

### 供应链健康安全管理

公司将职业健康安全标准融入采购和合同要求，对供应商、承包商设定严格的健康安全目标，并通过资质审定、安全检查、问题通报等方式督促其履行责任。报告期内，公司千人死亡（或重伤）率与因工死亡人数均为零。

### 职业健康文化建设

作为健康工程建设的核心，公司构建了多元化的健康促进体系。通过实施分层式健康体检方案，实现全体员工覆盖，并邀请专家进行报告解读。针对体检发现的慢性病，建立“一人一策”的个性化管理体系。此外，公司通过举办“职业健康达人”评选、技能竞赛、健康讲座等活动，营造全员参与的健康文化氛围。

## 指标与目标

为积极响应“健康中国”等国家战略，公司定期对各项目标进行追踪、检查与考核，确保规划有效落地。

指标		2025年目标	报告期内进展
健康监护	接触职业病危害因素员工岗前、在岗、离岗职业健康检查率	100%	达成。
	职业禁忌证调离率	100%	达成。
	员工职业健康监护档案建档率	100%	达成。
作业场所管理	作业场所职业病危害警示标志覆盖率	100%	达成。
个人防护	职工个人防护用品发放率	100%	达成。
培训与意识	负责人、管理人员及接触危害因素员工培训覆盖率	100%	达成。

## 安全生产

公司严格遵守《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，秉持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，安全生产成效显著。截至报告期末，公司未发生一般及以上生产安全责任事故，重伤、死亡人数均为零。

## 治理

公司建立了“三级安全管理网络”并已通过 ISO 45001 认证（有效期至 2028 年），其认证范围覆盖了公司的主要生产经营活动及下属子公司。

安全生产治理架构

层级	治理主体	角色与职责
一级网络	安全生产委员会、消防安全委员会（主任：董事长，副主任：总经理）	负责从战略层面全面决策、部署和统筹公司的安全生产工作。
二级网络	安全生产监督部	作为管理中枢，负责组织、协调、监督全公司的安全生产管理工作。
三级网络	各单位 / 班组	作为执行基础，负责落实具体安全操作规程，开展日常安全检查。

2025 年，公司修订了《消防安全管理规定》《相关方安全生产管理规定》《有限空间作业安全管理》等制度，为安全生产各环节管控提供更完善的制度支撑。

## 战略

安全生产风险及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
火灾与爆炸风险	短中期	资产减值损失增加	强化源头设计与过程管控，严格执行消防安全制度，常态化开展专项检查，依托专职消防队组织应急演练。
生产操作不当风险	短期	工伤赔偿及医疗费用增加	严格作业许可与过程监督，针对危险作业执行严格审批，并通过信息系统进行全流程数字化监管。

## 影响和风险管理

公司建立并运行“双重预防机制”及双控信息化平台，采用 LEC 评价法对风险进行系统性评估。2025 年，通过“常态化排查+N”模式，全年开展安全生产检查 2,192 次，整改率达 99.69%。截至报告期末，公司重大事故隐患整改率达 100%。

### 应急能力建设

公司高度重视应急响应能力建设，确保风险可控、应急有效。2025 年修订各级应急预案 60 余套，并针对酒库等重点区域组织了 8 次专项演练。此外，成功承办了宜宾市工贸行业有限空间作业事故应急救援演练，提升了实战能力。

### 安全文化培训

2025 年，公司通过线上线下多种形式，开展“安全生产月”等活动，营造全员参与的安全文化氛围。2025 年，公司荣获“全国安全文化建设示范企业”称号。

关键岗位培训	特种作业人员培训 <b>655</b> 人、班组长培训 <b>1,326</b> 人、新员工“三级安全教育” <b>310</b> 人。
专题培训	燃气安全、酒库安全、双重预防管理等主题培训 <b>1,661</b> 人，其中 <b>152</b> 人取得酒库操作资格证。
专项培训	组织 <b>15,203</b> 人次参加有限空间作业专项培训和演练。
专业能力提升	<b>23</b> 名员工取得中级消防设施操作员证书，公司现有注册安全工程师、消防工程师共计 <b>117</b> 名（2025 年新增 <b>5</b> 名）。
线上文化宣传	通过线上平台推送安全事故案例及警示教育视频超 <b>360</b> 条，累计观看达 <b>77,000</b> 余人次。

### 化学品安全

公司严格管控危险化学品的采购、储存、使用和废弃处置全流程。2025 年，公司对 12 家危险化学品单位开展了专项检查，并针对夏季高温等特点，开展了 23 次专项检查，累计整改问题点 21 项，确保了危险化学品在各个环节的安全可控。

### 科技兴安

公司积极推进“科技兴安”，通过双控系统二期升级，将危险作业审批效率提升 83.3%，隐患整改闭环率同比提高 15%。全年共评选出 22 个“科技兴安”项目，并对超期压力容器、老旧行车、电梯、锅炉等进行了升级更换。

## 指标与目标

公司以“零事故”为长期愿景，将安全生产绩效与领导干部薪酬挂钩，并定期追踪目标完成情况。

指标	2025年目标	报告期内进展
一般及以上生产安全事故	<b>0</b> 起	达成。
一般及以上设备安全事故	<b>0</b> 起	达成。
重大事故隐患整改率	<b>100%</b>	达成。
特种设备使用登记率	<b>100%</b>	达成。
特种设备定期检验合格率	<b>100%</b>	达成。

## 价值链管理

五粮液秉持“公开、公平、公正、诚信、廉洁、高效、竞争”原则，构建从原粮种植到终端服务的可持续价值链，持续完善全生命周期管理，深化产业链协同，实现企业、合作伙伴与社会共赢。

### 供应链管理

#### 治理

公司建立“采购管理委员会统筹、专业部门分工、全流程制度规范”的供应链治理架构，由采购管理委员会负责顶层统筹，物资采购中心与长江源公司分别承担包装材料、零星材料及原辅料供应商的专业管理，明确各层级职能边界与协同机制。

同时，公司持续规范落实《供应商行为准则》，修订《五粮液经销商管理规定（试行）》等制度，为推动供应链的稳定性和可持续性提供坚实制度保障。（相关公开政策详见[供应商行为准则](#)）

#### 战略

公司以“绿色、合规、韧性、协同”为核心战略，开展供应链管理风险与机遇评估，通过采取针对性的管理策略强化供应链稳定性与可持续性。

#### 供应链管理风险、机遇及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
供应链质量风险	中长期	成本上升、经济损失	建立全链条质量管控机制，实施月度、季度考核与年度评审，对问题供应商采取扣分、违约金、清退等措施。
价格波动风险	短中长期	成本上升、经济损失	以“定制+溯源基地”模式稳原粮价格，推行竞价中标采购机制；优化供应链结构布局，多供应商合作分散风险；建立价格监测体系，进行市场行情动态研判。
供应中断风险	长期	销售损失	关键物资多供应商布局，扩大川内基地占比；优化仓储保供与气候风险预警。
环保与合规风险	长期	经济处罚、成本增加	将 ESG 指标纳入准入评审，签署《廉洁承诺书》；推行绿色生产与低碳运输，强化合规监管。
供应商管理风险	中长期	成本增加	实施分级管理，开展培训赋能与满意度调查，建立双向沟通机制，推动供需双向赋能。
主要机遇类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
供应链韧性提升机遇	中长期	成本降低	优化多区域布局，提升核心原粮川内供应占比，降低运输半径与碳足迹；推行并购重组优化供应链结构，提升抗风险能力。
技术创新与质量提升机遇	中长期	成本降低、营收增加	推动供应商应用绿色种植与低碳工艺，联合研发专用粮与环保包材，强化技术指导。
可持续发展协同机遇	中长期	品牌溢价	推广绿色采购政策，激励供应商开展 ESG 实践，共建行业可持续供应链标杆。

## 影响、风险和机遇管理

五粮液以稳定供应、质量可控、合规安全、绿色低碳为目标，通过供应商分级、ESG 准入、动态监测及绿色协同等措施，提升供应链抗风险能力与可持续发展水平。公司供应商主要分为物资类、服务类与工程类。其中，物资类涵盖包装材料、零星材料及原辅料供应商，公司依据综合保供能力，将其划分为临时、合格、优质及战略四个等级。

### 全生命周期管理

公司建立覆盖“准入评估、过程管理、淘汰退出”的供应商全生命周期管理体系，全面关注供应商的 ESG 表现。（关于供应商全流程管理的具体信息，详见《五粮液 2024 环境、社会及公司治理（ESG）报告》第 70 页）

2025 年，公司对供应商的质保能力、技术保障能力、生产与供货能力、食品安全等开展现场评审，并对现场评审过程进行监督。

### 供应商 ESG 管理

#### 供应商环境管理

公司将环境表现与绿色发展要求嵌入供应商全生命周期管理，推动供应链低碳化、绿色化转型。

公司通过准入审核、动态考核、现场审核、专项培训等方式，引导供应商强化环保合规与低碳运营。对包装材料、零星材料供应商设置环境指标加分项，重点考察废水、废气、废渣回收利用率、温室气体排放量等，并将 ESG 报告作为重要遴选依据之一；对原辅料供应商则将绿色有机基地认证作为加分项，鼓励绿色种植与生态保护。

公司大力推进绿色采购，2025 年包装材料、零星材料的本地化采购比例达 89.58%，有效降低运输环节碳排放。推行原辅料“集中管控、前置检验、散粮运交”模式，2025 年累计减少 87 万个包装袋使用，减少碳排放约 260 吨二氧化碳当量。

公司推动原粮种植基地向川内回归，缩短运输半径，2025 年川内基地占比扩大至 53.2%；鼓励公铁联运、公水联运及新能源运输，同比减少运输碳排放 734 吨二氧化碳当量。

#### 供应商社会管理

公司将质量、安全等 ESG 指标审查作为原辅料供应商准入必备条件；通过对供应商实施月度考核、季度考核、年度评审与分级管理，强化质量督导与问题整改。

#### 供应商治理管理

公司通过与关键供应商签署《行为准则》、与原辅料供应商签署《廉洁承诺书》，严禁商业贿赂与利益输送行为，2025 年签署覆盖率均达 100%。同时，公司对存在廉洁违规、重大质量问题或年度评审不合格的供应商坚决清退，并建立黑名单制度，实施有效管理。

### 供应商协同与发展

公司构建“培训赋能、正向激励、双向沟通”三位一体的供应商协同机制，推动供需双向赋能。2025 年，公司开展供应商培训 6 次，组织原辅料供应商专项培训 84 人次。公司定期召开包装材料供应商大会，设立优秀合作伙伴奖、可持续发展奖等荣誉，2025 年可持续发展奖获奖比例 4.8%。同时，公司开展供应商满意度调查，建立双向反馈机制，推动供应链管理从单向管控向协同赋能转型。

## 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
供应商准入审核覆盖率	100%	达成。
供应商年度审核覆盖率	100%	达成。
供应商廉洁承诺书签订率	100%	达成。
关键供应商行为准则签署率	100%	达成。
原辅料供应商 ESG 报告完成率	100%	达成。
原粮基地有机认证推进	≥1 家供应商启动	达成。（1 家供应商启动 3,807 亩认证）
原辅料供应商碳减排量	≥700 吨 CO <sub>2</sub> e	达成。（原辅料供应商减少 734 吨 CO <sub>2</sub> e）

## 经销商管理

公司以《五粮液经销商管理规定（试行）》为核心，配套多项管理办法，构建起规范化经销商管理制度体系。2025 年，公司修订完善相关规定，精简经销商加盟、变更、退出审批环节，优化决策机制。公司经销商分为运营商、专卖店、电商三类，已形成多层次、广覆盖的全国渠道网络。

为强化协同联动，公司建立“年度、季度、月度”全周期沟通机制，推行高管牵头的“五级联动责任制”，实现与经销商的全方位沟通；通过构建公司与大区两级培训体系，全面提升经销商市场服务能力与品牌传播水平。同时，公司持续优化经销商考评与激励体系，依托政策支持、荣誉表彰、资源倾斜等举措，深化“厂商命运共同体”建设。

公司不断完善全国仓储与配送网络，并通过物流防护与信息追踪升级，提升物流效率与安全性。同时，公司建立常态化合规巡查与考核机制，引导绿色低碳运营，推进环保材料使用，电子合同覆盖率超 97%。

## 平等对待中小企业

公司严格遵守《中华人民共和国中小企业促进法》《保障中小企业款项支付条例》等法律法规，坚持“一视同仁、公平竞争”原则，在采购管理、招投标、款项支付等环节平等对待所有供应商，公平开放培训赋能、激励、沟通等资源，不设置歧视性条款。

公司积极响应四川省中小企业扶持政策，按要求完成相关数据报送与审核工作。同时严格执行合同约定付款周期，保障中小企业资金链稳定。2025 年，公司应付账款（含应付票据）余额 98.87 亿元，占总资产的 5.2%，全年未发生中小企业款项逾期支付情况，切实维护良好营商环境。

# 社会贡献

五粮液积极履行社会责任，严格遵循《中华人民共和国公益事业捐赠法》《中华人民共和国慈善法》等法律法规，通过产业协同、文化传承与公益实践构建企业与社会长效价值网络，推动和谐共生、助力共同富裕；同时，通过公益慈善助力公司塑造负责任品牌形象、提升品牌价值，强化“和美五粮”理念与消费者归属感，优化外部经营环境、凝聚内部力量，拓宽品牌曝光与合作渠道，实现社会与商业的价值共赢。

## 公益慈善

2025 年，公司通过五粮液公益慈善基金会累计捐赠 4,602 万元，重点用于赈灾救助、扶贫济困、助学兴教等方面。

五粮液 2025 年开展的主要公益慈善项目

项目类型	项目名称	捐赠金额 (万元)
赈灾救助	筠连县沐爱镇山体滑坡捐赠项目	2,000
帮扶支持	支持屏山县清平彝族乡困难群众慰问经费项目	16
	支持宜宾市翠屏区警察协会工作捐赠项目	20
	支持宜宾市见义勇为基金会捐赠项目	150
助学兴教	清华大学捐赠奖学金项目 (分三年实施)	60
	支持麻栗坡烈士陵园纪念广场浮雕工程捐赠项目	80
	支持宜宾市“爱心助学包裹”项目	6
	支持宜宾市栋梁工程项目 (分两年实施)	100
	支持宜宾市关心下一代基金会工作项目 (分三年实施)	150
	支持四川省青少年发展基金会开展“和美五粮·筑梦远航”公益项目	500

**案例 “和美五粮·筑梦远航” 公益项目**

2025 年，公司通过四川省五粮液公益慈善基金会捐赠 500 万元，与四川省青少年发展基金会共同开展“和美五粮·筑梦远航”公益项目。



## 志愿服务

公司积极组织员工开展志愿服务，2025 年先后开展宪法知识宣传、会议论坛保障等志愿活动，并斩获多项青年志愿服务荣誉，全年志愿服务 27,864 小时。截至 2025 年末，公司志愿者规模超 5,800 人，累计服务时长超 22 万小时。



学雷锋志愿服务集市



志愿者参与博鳌亚洲论坛外宾接待工作



志愿者服务中欧卓越绩效论坛



志愿者服务 EFQM 全球奖嘉宾参观品酒

# 乡村振兴

五粮液响应《中华人民共和国乡村振兴促进法》《乡村振兴责任制实施办法》等政策，把支持乡村振兴、巩固拓展脱贫攻坚成果全面融入公司发展战略与年度重点工作部署，以产业为纽带、以文化为根基，通过托底性帮扶、定点帮扶、技术指引、产业融合等模式，持续激发乡村经济内生动力。

## 工作机制

公司成立帮扶工作领导小组并下设工作专班，通过“领导抓总、专班督导、各级联动、企地协同”的机制，保障乡村振兴工作高效推进。2025年，“五粮液家园”平台首页开设乡村振兴专栏，及时更新时事动态；在商城版块开设“帮扶专区”，目前有8家单位入驻平台，职工可自主选择产品，实现福利惠民、产业强企、社会增效。

## 工作成效

通过“白酒+”帮扶模式，公司聚焦理塘、越西等地区，近两年来累计投入资金超9,800万元，推动实施各类帮扶项目85个，引进招商引资项目3个。2025年，公司乡村振兴投入金额6,500余万元，惠及超184万人。



2025年，公司乡村振兴投入金额

**6,500** 余万元

## 重点帮扶举措

### 托底与定点帮扶

2025年，公司扎实推进托底性帮扶暨定点帮扶工作，聚焦重点地区、重点领域，精准投放帮扶资源，持续加强产业驱动、带动文旅消费。通过四川省五粮液公益慈善基金会捐赠1,520万元，定向支持越西县白酒灌装生产线建设、特色产业发展和人才培养；援建规模化灌装生产线、联合打造“五粮缘”产品，推动地区白酒产业全链条升级；公司全年直接采购理塘、越西等地农特产品超2,300万元，切实激活地方产业与消费活力。

同时，公司支持宜宾市屏山县清平彝族乡基础设施建设，2025年投入500万元用于清平彝族乡火把广场建设和彝族风貌打造；深化与理塘县的产业协作，合作开发特色露酒项目；将理塘沙棘纳入健康价值研究重点，为当地培育长效增收产业。此外，公司稳步推进理塘查卡村温泉酒店援建、江安县四面山镇农户柑橘采购等帮扶工作，多维度助力乡村发展。



五粮液援建理塘查卡村温泉酒店项目



五粮液支持甘孜州理塘县“控辍保学”教学物资运输队在318国道行驶

## 技术与人才帮扶

公司聚焦技术赋能与人才培育。为巴中市南江县、平昌县地方酒企选派资深酿酒师、质检专家等驻点帮扶，协助企业优化生产流程，开展核心技术指导，推进包装生产线自动化升级改造，有效提升生产效率与产品品质；依托电商、新媒体运营资源，开办直播与电商运营培训班；开设财务管理等技能课堂与农牧民夜校，累计培训1,500余人次。

## 产业与农旅帮扶

公司坚持以产业融合为抓手，推动酿酒产业与农业、文旅产业深度联动，构建“产业兴、农民富、乡村美”的长效发展格局。

**扩大原粮基地规模，夯实产业根基。**公司坚定“以宜宾为核心、以四川为主体、兼顾国内部分品种优质产区”的基地建设布局，全力推动基地建设回归宜宾本地。2025年，建成本地定制基地42.20万亩，同比增长30.65%，实现高粱、大米、糯米、小麦、玉米5个品种全覆盖；同时，采取“优质优价、关爱收购”的策略，创造一产产值8.13亿元，直接带动宜宾当地10.44万户农户增收。此外，基地建设间接赋能地方农业基础设施完善，通过合作机制带动区县平台公司获得长期低息贷款，重点投入高标准农田建设与撂荒地整治，为区域农业长期提质增效奠定坚实基础。



南溪仙临专用粮基地

**深化农旅融合，激发乡村活力。**依托酿酒专用粮基地优势，公司发展乡村旅游、农事体验等新业态，探索“以农促旅、以旅兴农”的融合路径。通过升级基地稻画与标识，打造翠屏区左湾微展馆、南溪仙临LOGO大地景观等多个农旅打卡地；结合基地专用粮生长周期和重要农时节气，举办五粮液“酒王之旅”“种粮大典丰收节”等特色活动，有效带动农村经济发展。其中，2025年南溪仙临五粮液LOGO大地景观接待游客约17万人次，带动当地旅游收入超850万元。

公司通过上述乡村振兴实践，有效强化品牌形象，深化产地协同与本地化供应链布局，实现社会责任与业务发展的良性循环。

## 文化传承

五粮液深耕千年酿酒文明，依托“五粮液酒传统酿造技艺”，实现国家级非物质文化遗产的代际传承，筑牢民族品牌的文化底座与精神坐标。

### 文化塑造

公司基于“和美”的核心理念，2025 年完成企业文化体系化建设，实现从内部文化建设到全球品牌高价值传播的系统性跨越。

### 文化体系建设

公司致力于夯实“和美”文化根基，通过文化叙事体系、白酒文化标杆两大路径，实现企业文化的全维度构建。

**构建文化叙事体系：**举办首届“五粮液杯”中国诗歌大赛，获授酒业首个“中国诗歌创作基地”称号；举办“中国作家驻村计划·五粮液和美文化发现乡村之旅”等活动，探寻传统文化根脉；落地“中国诗酒文化研究中心”，获评“东方文化名酒典范”荣誉称号。



中国诗酒文化研究中心

“东方文化名酒典范”荣誉称号

**打造白酒文化标杆：**发布中国白酒行业首部体系化文化典籍《五粮液酒典》；作为酒行业唯一参与起草单位，参编《企业文化建设指南》国字号标准，实现企业文化建设的标准化、体系化。

### 品牌文化传播

公司联动国内和国际高端资源，通过 IP 打造、平台合作、场景创新、跨界营销实现全域传播，塑造“中国味、国际范”的品牌形象。

#### IP 打造

以“五粮液·和美全球行”为核心传播 IP，先后走进日本、德国、新加坡、西班牙等国家，依托大阪世博会、APEC 峰会等国际高端平台构建立体化传播体系，全年全球曝光量超 47.86 亿人次。

通过打造“五粮液 × 米其林”IP，构建中国白酒与世界多元美食融合的创新价值表达；以“和美五粮液，五洲庆新春”IP，传递中国年俗与“和美”理念的国际表达；举办“长江之恋·缘定今生”首届中国宜宾五粮液和美婚典，创新“城市 + 美酒 + 婚恋”的文化新范式，推动“和美”文化实现国内生活化、国际全球化落地。

### 平台合作

参与博鳌亚洲论坛、中国国际进口博览会、APEC 工商领导人峰会、可持续企业家论坛 2025；携手央视打造《美美与共·和美之歌》、联合四川日报推出《大咖话川酒》、与南方周末打造《一江文脉里的和美生活》，传递企业可持续发展与卓越管理理念，深化“和美”文化的国内表达与国际传播。

### 场景创新

国内落地首家新潮体验店“五粮·炙造”、西湖文化体验馆等线下场景，结合新品上市，重构白酒消费场景，探索品牌年轻化、时尚化的“和美场景”。

海外完成新加坡五粮液大酒家打造，及日本、澳大利亚等地“五粮液海外授权体验餐厅”授牌，传递品牌“和美”内核与东方酿造底蕴。

### 跨界营销

主动布局全球体育营销，签约成为“2025 年第 12 届世界运动会官方供应商”，深度参与世运会及“和美双宝”文化艺术展；积极参与国际足联世界杯 2026 大中华区授权合作发布会，成功入选 2026 FIFA 世界杯官方联名产品，让“和美”文化触达全球海量受众。

## 技艺传承

公司以活态古窖池保护为基础、非遗技艺传承为核心、工艺价值转化为目标，实现千年酿酒技艺的代际传承，彰显“大国浓香”的文化底蕴。

### 非遗传承

公司系统梳理发布“五粮液酒传统酿造技艺”自宋以来 28 代不间断传承人谱系，彰显 700 余年活态古窖池的深厚底蕴；举办古窖泥捐赠中国国家博物馆 20 周年纪念活动，推出《TA 说：活窖之美》系列视频，夯实元明古窖池群核心优势，五粮液窖池群及酿酒作坊通过“国家工业遗产”复核。

同时，公司首次发布非遗专题文化片《天工五粮》，展现国家级非遗的千年传承与创新活力；2025 年新增 1 名国家级非遗代表性传承人、3 名第八批省级非遗代表性传承人。“五粮液老窖池遗址”再度入选《中国世界文化遗产预备名单》，推动酿酒文化遗产向世界级文化 IP 升级。



### 酿造工艺

在各类行业展会中，公司系统强化五粮液“溯于先秦，始于唐，兴于宋，成于元，精于明，得名于清”的完整历史传承脉络，展现“大国浓香”的千年文化魅力。



# 03

## 治理篇

五粮液致力于全面提升现代化治理水平，通过建设高效透明的公司治理架构，持续健全合规、风险与内控管理体系，严格遵守商业道德规范，加强信息与数据安全保护，为各利益相关方创造长期价值的同时引领企业实现高质量发展。



# 党建引领

五粮液以党建引领与业务融合为主线，明确“把方向、管大局、保落实”的作用。坚持“围绕经营抓党建、抓好党建促经营”的方针，将党建优势转化为发展动能，为公司高质量发展筑牢根基。

## 思想建设

公司以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，构建“第一议题”首要学、中心组深入学、大讲堂辅导学、微党课鲜活学、宣讲团广泛学的“五学”机制。通过严格执行“第一议题”制度，累计整理学习资料 92 项、编印专刊 12 期。党委理论学习中心组开展学习 9 次，形成发言材料 122 篇。此外，依托五粮液大讲堂、读书班等平台，开展作风建设、AI 与企业国际化等专题辅导。

## 队伍建设

2025 年，公司开展“党组织设置专项排查”，优化调整 29 个基层党组织设置。通过制定落实《五粮液党员干部队伍教育培训计划（2025—2028 年）》《2025 年党员干部培训计划》，进一步深化与高等院校的合作机制，针对性定制实施了 5 大类教育班次。2025 年举办第七届五粮液微党课大赛，覆盖 63 个直属党组织；开展 5 期 261 人次专题培训。

## 党业融合

公司聚焦“提质、增效、降耗、创新”等核心任务，组建 179 支党员攻关团队，覆盖原粮种植、制曲酿造、质量管理、节能减排及数字化转型等全产业链关键环节，形成“支部领题、党员攻坚、全员参与”的融合机制。同时，开展党员传帮带、岗位练兵，设立工匠创新工作室，并严格落实重大事项前置研究程序，全年完成 39 项经营管理重大议题及 57 项党委重要事项的研究决策。

## 品牌建设

2025 年公司党建品牌形成以酒业为核心、覆盖上下游产业链条的“主品牌 + 子品牌”矩阵体系。通过深化“五酿五美”党建主品牌，并分类打造“酿心”“碳循”“星云”等子品牌，构建以党建文化中心、安心之家、党群小院等为代表的展馆式、院落式、场景式品牌阵地体系，实现酿酒生态保护、原粮有机种植、纯粮固态发酵、绿色包装材料、低碳物流产业全链条覆盖，构建起“1+5+N”特色党建品牌矩阵。

报告期内，公司多个基层品牌案例成功入选 2025 年度“国企党建创新优秀成果（案例）”、2025（首届）新时代企业党建创新优秀案例。



# 公司治理

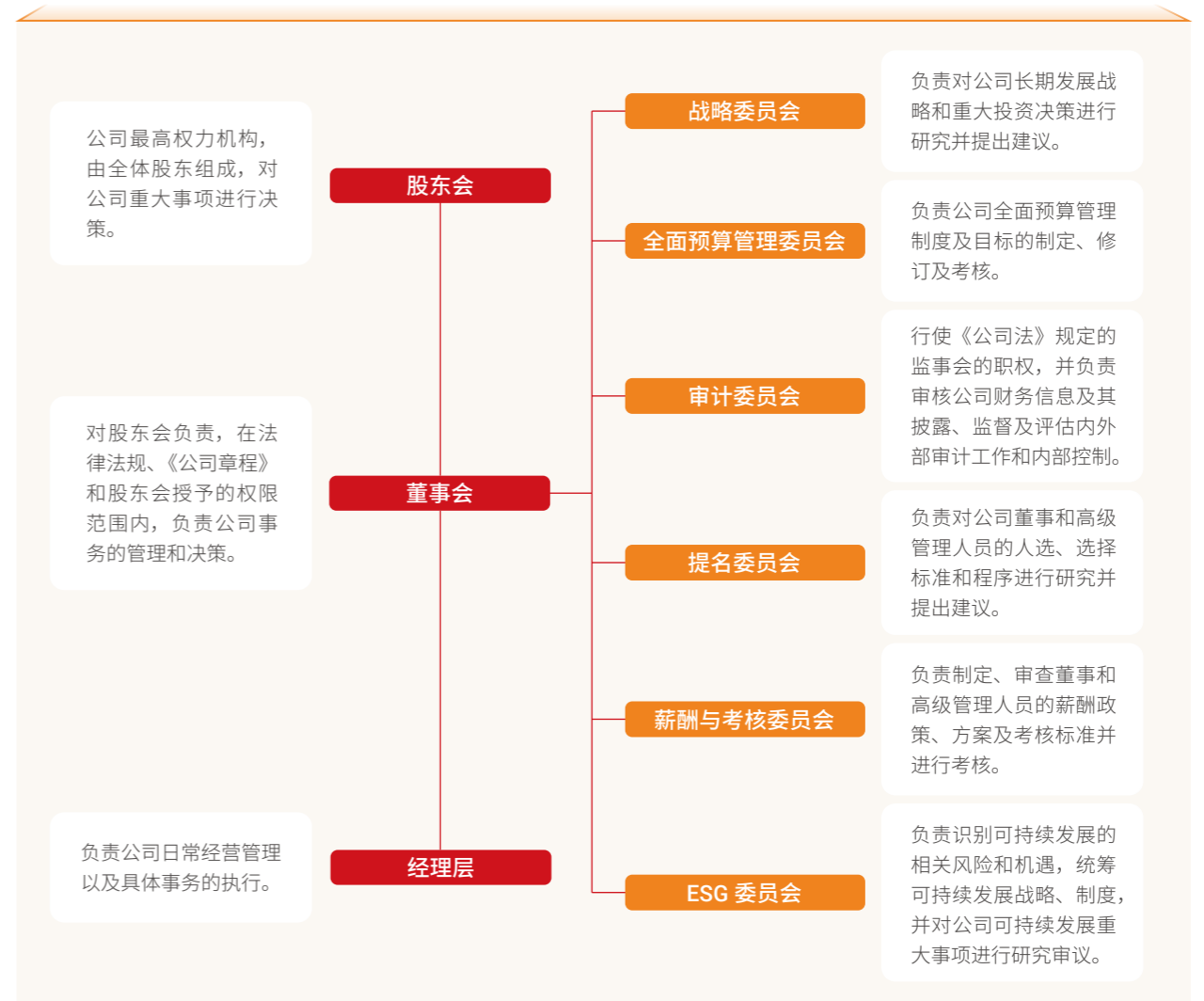
五粮液严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规及《上市公司治理准则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公司规范运作》等规范性文件，构建科学高效的公司治理体系。

## 治理体系

公司构建以股东会为最高权力机构、董事会和经理层为核心的治理架构，董事会下设 6 个委员会。2025 年公司依法撤销监事会，其职能由董事会审计委员会行使，同时修订完成《公司章程》等 16 项制度，形成覆盖战略决策、风险管控、绩效评估的规范化治理体系。

截至报告期末，公司治理结构符合法律法规及监管要求。（各项制度详见《宜宾五粮液股份有限公司 2025 年度报告》或公司公告）

五粮液公司治理架构



## 董事会有效性

截至报告期末，公司完成第七届董事会换届。董事会由 10 名董事构成，其中内部董事 5 名，外部董事 5 名。人员构成符合国家法律法规和监管要求。

<b>选举程序</b>	公司董事由股东会依据《公司章程》选举，董事长由董事会全体董事过半数选举产生。董事会成员由提名委员会进行提名、遴选与审核，经董事会审议、股东会批准后，在监管机构备案。
<b>成员构成</b>	各委员会均由董事组成，截至报告期末，审计委员会召集人为财务专家、独立非执行董事。
<b>成员任期</b>	《公司章程》规定董事每届任期不超过 3 年。报告期内，董事会成员任期均未超期。
<b>决策机制</b>	按照《董事会议事规则》落实股东会决议，重大事项议案开展事前评审、前置研究，确保科学决策。
<b>权责明确</b>	2025 年公司董事长未兼任高管。高管与董事会之间权责明确，避免利益冲突。报告期内，各委员会依规履行职责，所有事项经审议后履行审批及信息披露义务，确保重要决策合规透明。
<b>问责机制</b>	公司通过《董事会议事规则》《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》等规范问责事项及程序，健全内部约束和责任追究机制。报告期内，公司董事会未发生内部问责事件。
<b>绩效评估</b>	审计委员会在董事会授权下每年组织内控评价工作，并向董事会报告评价结果；董事会通过《年度董事会工作报告》开展总结和绩效评估，并制定下年度工作计划。
<b>ESG 监督</b>	2025 年，董事会审议通过《五粮液 2024 环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》及关于修订《ESG 委员会实施细则》的议案。

2025 年，董事会持续指导下属子公司落实董事会基础建设与监事会改革。董事会召开会议 14 次，审议议案 56 项；各专门委员会分别召开会议并开展履职工作。

## 董事会独立性

公司于 2025 年修订并发布《独立董事制度》，从独立董事选任、职责、履职、人数及信息公开等方面保障其独立性。

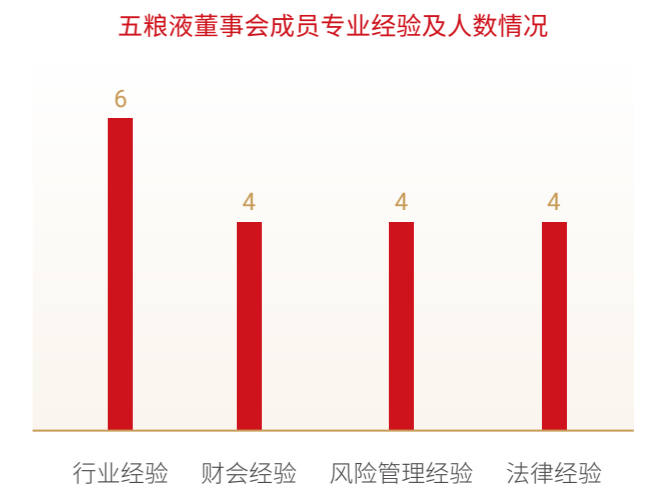
截至报告期末，公司提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会中独立董事均超过半数并担任召集人，发挥了独立监督作用。

2025 年，公司配备独立董事 4 名，占比 40%。独立董事召开专门会议 1 次，列席股东会 1 次，出席董事会会议 14 次。

## 董事会多元化

公司在 2025 年修订的《提名委员会实施细则》中明确了董事会多元化政策，致力于以多元化为基准甄选董事人选，考量维度包括性别、年龄、文化及教育背景、专业经验、技能、知识及服务任期。

截至报告期末，董事会成员拥有会计、法律、审计、经济、预算、能源、白酒及可持续发展等方面的专业背景，并覆盖广泛的年龄层。其中，独立董事具备白酒行业、财会、风险管理、法律等工作经验；董事会暂无女性成员，公司将持续关注并推动董事会构成的多元化发展。董事会成员个人履历参见公司《宜宾五粮液股份有限公司 2025 年度报告》“第四节 公司治理”一节。



## 履职能力建设

2025 年，包括公司董事长、副董事长在内的 7 位董事、高管参与四川证监局举办的上市公司“关键少数”线上培训，通过“法规解读 + 案例警示”，提升合规与风险意识。

## 薪酬绩效管理

公司董事、高管薪酬由董事会薪酬与考核委员会负责，并在年度报告里公开披露，薪酬考核、发放及管理接受宜宾市国资委监督。

## 薪酬政策与程序

公司依据《宜宾市市属国有企业负责人薪酬管理办法》，通过实施《薪酬与考核委员会实施细则》(2025 年修订) 以及《履职高级管理人员业绩考核暨薪酬管理办法》，健全薪酬管理、内部激励与约束机制。

薪酬与考核委员会对董事、高管进行绩效评价后确定薪酬，经董事会批准后实施。独立董事津贴标准及公司整体薪酬政策的重大调整，须提交股东会审议批准，以保障股东的知情权与表决权。

## 薪酬构成与考核

公司高管薪酬坚持激励与约束相统一、薪酬与风险责任相一致的原则，由基本年薪、绩效年薪、任期激励收入三部分构成。

### 短期激励与薪酬绩效挂钩

高管年度考核涵盖工作业绩考核、综合考核、民主测评考核。绩效年薪根据年度考核评价结果按年清算发放。

### 基于任期的中长期激励

高管任期激励收入与任期目标责任考核评价结果直接挂钩。在任期结束后，根据考核评价结果及宜宾市国资委考核批复确定，形成“业绩升、薪酬升，业绩降、薪酬降”的正向激励与刚性约束相结合的管理闭环。

### 基于 ESG 指标的绩效挂钩

高管年度考核中涵盖“一岗双责”履行情况，指标包括党风廉政建设（包括反腐败）、安全生产、生态环境保护、信访维稳等，考核结果直接与高管绩效薪酬挂钩，占考核总分的 30%。

### 薪酬追索扣回政策

公司依据《年度目标责任书》等相关规定，如高级管理人员存在滥用职权、玩忽职守或弄虚作假等行为，给企业造成重大不良影响或导致国有资产流失，公司按规定减发、全部扣发绩效年薪和任期激励收入，并依法追究相关责任人的法律责任。

## 投资者关系管理

五粮液依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司投资者关系管理工作指引》《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》等法律法规和规范性文件，2024 年制定《投资者关系管理指引》、2025 年制定《市值管理制度》，秉承合规、平等、主动、诚实守信的原则，维护公司与投资者之间长期稳定的关系，增强投资者回报。

## 投资者沟通

公司通过股东会、业绩说明会、投资者交流会、电话沟通会、路演及反路演活动、深交所互动易平台、投资者热线电话等多元渠道，实现对各类投资者的全覆盖，积极回应投资者诉求，并定期撰写《投资者关系管理专报》，向管理层汇报资本市场交流情况。

2025 年，公司开展投资者交流活动 60 余场，覆盖逾 1,800 名投资者，投资者热线电话及深交所互动易平台回复率达 100%。同时，在英国、法国进行 15 场次境外路演，有效向国际资本市场传递了公司价值、发展战略与 ESG 实践。

## 信息披露管理

2025 年，公司修订《信息披露管理制度》，规范信息披露职责与程序。公司信息披露涵盖财务信息与非财务信息（含 ESG 报告）两大类。（信息披露管理机制详见《五粮液 2024 环境、社会及公司治理（ESG）报告》第 87 页）

报告期内，公司共披露公告 98 份。信息披露内容真实、准确和完整，未发生虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并已连续第 11 年获深交所信息披露考评最高水平 A 级。

## 股东权益保护

2025 年公司修订《公司章程》及《股东会议事规则》并新增《市值管理制度》，健全价值创造与价值实现机制，维护公司及全体股东的长远利益。

- 维护股东权益：**股东会以现场方式、电子通信、网络投票等方式为全体股东提供便利的参与途径，对涉及中小投资者切身利益的议案实行单独计票并公开披露结果。报告期内参与 2024 年度股东大会的中小投资者超过 50%。
- 明确权利救济渠道：**《公司章程》中明确股东在不同情形下的诉讼权利，股东有权依法提起直接诉讼或派生诉讼。
- 增强投资者回报：**2025 年公司实施 2024 年度现金分红及中期分红总额约 223 亿元，现金分红率 70%，切实回报投资者信任。
- 加强关联交易管理：**公司修订《关联交易管理制度》，强化“事前审核、事中跟踪、事后监督”的全流程风险控制机制，通过关联方名单季度更新、年度计划额度审批及定期监控，确保关联交易公允合规。2025 年，所有重大关联交易均依法履行程序，未发生损害股东利益的情形。

报告期内，公司召开年度股东会 1 次，审议并通过议案 18 项。召集、召开及表决程序均合法合规，未发生损害股东利益的情况。公司连续第 5 年荣获证券时报“投资者关系管理天马奖”，并获评中国上市公司协会“投资者关系管理最佳实践案例”，入选中国上市公司协会 2025 年上市公司现金分红榜单。

## 全面风险管理

公司遵循《中华人民共和国公司法》《中央企业全面风险管理指引》等相关规定，持续完善全面风险管理体系。

## 治理体系

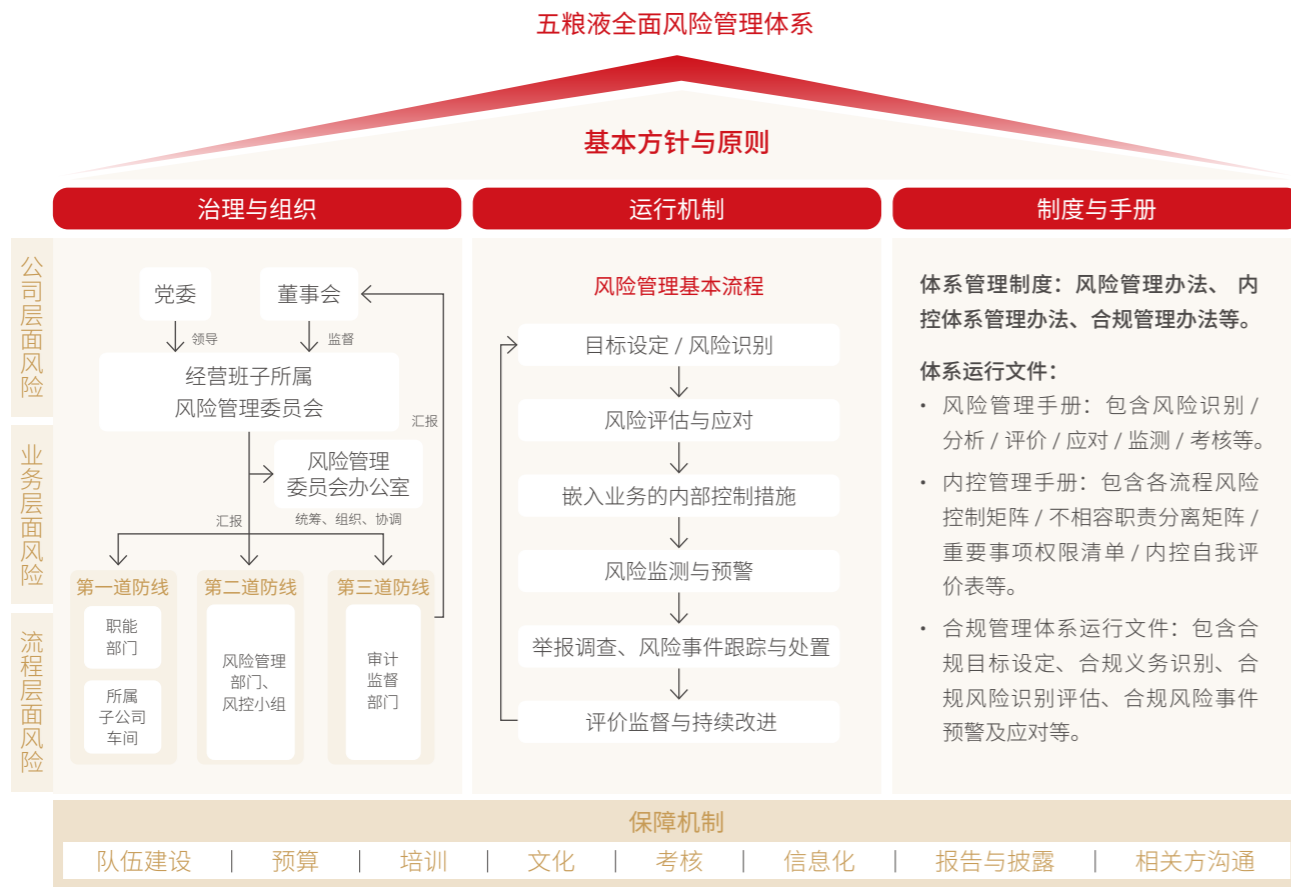
公司依据相关法规及 ISO 31000:2018《风险管理指南》等标准，并于 2025 年制定《企业风险管理办法（试行）》《风险管理手册》，进一步构建规范、科学、高效的全面风险管理体系。

公司建立党委领导、董事会监督的全面风险治理架构，设立风险管理委员会负责风险管理体系建设和运行，风险管理委员会办公室负责公司风险管理体系相关的统筹推动、组织协调和监督落实等工作，下设 11 个风控小组（如外部环境、法律、廉洁等），执行重大风险管理工作。董事会审计委员会作为独立监督机构，对内部控制体系进行审计与监督。



## ● 风险管理体系

以目标导向、重要性、成本效益、相关性为原则，公司进一步升级完善风险治理架构、运行机制、保障机制等，致力构建覆盖传统、新兴及突发事件的立体化风险管理体系，以数字化手段提升运营韧性。



## ● 风险管理程序

公司建立从管理到业务层面的信息收集、风险识别评估、策略制定与风险应对、风险应对监控、监督与改进的全流程风险管理程序。

公司在《中央企业全面风险管理指引》中风险分类的基础上，开展年度全面风险识别工作，形成风险清单；根据风险发生可能性及影响程度评估出重大、重要、一般风险，分别采取不同的应对策略和措施；建立重点风险“季度报告、跟踪督导”的常态化机制。

## ● 风险管理机制

公司实施“三道防线”闭环管理。第一道防线由各业务部门负责日常防控；第二道防线由风控小组负责重大风险管理；第三道防线由审计监督部门负责独立审计监督。

## ● 风险管理举措

2025 年，公司完成年度全面风险识别与评估，形成风险清单，并设立 11 个风控小组管理重大风险，形成重点风险“季度报告、跟踪督导”的常态化机制。同年，公司完成风控信息系统蓝图评审并初步搭建，计划 2026 年逐步投入使用。通过召开风险管理启动会暨培训会、风险管理制度讨论会等会议，将风险管理意识传达至全体员工，覆盖率 100%。



风险管理培训

## 合规内控管理

### ● 合规管理

#### 合规管理体系

公司设立董事会、合规委员会、经营层、首席合规官为核心的治理架构，各部门、各车间设置合规管理员，2025 年进一步明确明确了合规委员会、首席合规官、合规管理“三道防线”。（合规管理组织架构详见《五粮液 2024 环境、社会及公司治理 (ESG) 报告》第 90 页）

2025 年，公司通过 GB/T 35770-2022/ISO 37301:2021 合规管理体系认证，并获得由中国质量认证中心颁发的合规管理体系国际国内认证证书。

#### 合规管理举措

公司秉承“全员参与、全域合规、业规融合、护航发展”的合规方针，围绕合规管理组织体系、制度体系、运行体系、保障体系四个方面开展合规管理体系建设工作。

##### 组织体系建设

聚焦组织体系建设，进一步明确各级合规职责，建成了“分级治理 + 三道防线 + 全员合规”的合规管理组织体系。

##### 制度体系建设

聚焦制度体系建设，制定并发布《合规管理办法》，配套制定发布公司《合规管理体系运行文件》，立足公司主责主业和重点领域，制定《酒业专项指引》，构建了“基本制度 + 配套制度 + 专项指引”三位一体的制度体系。

##### 运行体系建设

聚焦运行体系建设，制定并发布 2025 年度公司合规目标，组织开展合规义务识别、合规风险识别等工作，编制《岗位合规职责清单》共计 133 个、《流程管控清单》共计 33 个、《合规风险清单》共计 18 个，以目标为纲、以义务为基、以清单为要推动体系有效运行。

##### 保障体系建设

聚焦保障体系建设，通过制发合规管理知识要点、开展知识测试及培训等形式厚植合规文化，全年各类培训超 100 场次，构建了方针引领、氛围营造、培训提质的合规文化格局。

## ● 内控审计

公司建立党委、董事会负责，内外部审计协同的治理机制。董事会下设审计委员会，并设立独立的内部审计机构，确保审计工作的独立性、权威性与客观性。公司每年开展内控有效性自我评价及第三方独立审计，对发现的缺陷与漏洞进行闭环整改。

2025 年，公司开展各类审计培训累计覆盖 78 人次。披露《2024 年度内部控制自我评价报告》与《内部控制审计报告》，财务报告、非财务报告内部控制评价均无重大缺陷。

## 税务治理

五粮液严格遵守《中华人民共和国税收征收管理法》《中华人民共和国企业所得税法》等相关法律法规，强化税收风险管控，开展税收合规管理，实现税务价值创造。

## ● 治理体系

公司制定实施《会计核算制度》《资金管理制度》等内部制度，设立“业财税法一体化”领导小组，由总经理担任组长，高管担任副组长，成员包括职能部门及各子公司。通过定期会议协调机制，向董事长汇报。在此框架下，公司设立三级税务管理架构。财务管理部专设税收管理科，负责税金核算与纳税申报，2025 年增设税收合规计划科，专职负责税收政策分析、合规管理与风险统筹；各分子公司均设税务管理岗位，落实属地税收工作。

## ● 风险管理机制

**税务合规：**构建税务合规管理体系，规范申报、发票及合同审查流程。并聘请第三方税务机构提供咨询指导。

**税务公平：**依法合规享受税收优惠，建立纳税申报动态管理机制，避免利用税收漏洞避税。

**税务沟通：**建立税企常态化沟通渠道，及时响应税务机关风险提示并完成自查整改。

**税务透明：**通过年报等渠道详细公开关键税务数据，主动接受社会监督，保持税务透明。

## ● 风险管理举措

2025 年，公司开展重点税种风险自查，推动业务模式优化；将税收合规审查纳入合同评审环节，进一步完善税务风险管理。同时，公司开展各类税务管理相关培训，包括“以数治税”“新税法解读”等专题培训。

报告期内，公司实现利税总额超 364 亿元，为地方经济发展做出突出贡献。未发生涉税违规事件或因涉税违规事件受到行政处罚的情况。

## 反商业贿赂及反贪污

五粮液严格遵守《国家工商行政管理总局关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等要求，积极响应《联合国反腐败公约》《联合国世界人权宣言》等倡议，坚守诚信、透明、合规的核心价值，将反商业贿赂与反贪污融入经营管理各环节，持续优化商业道德实践，维护公平的市场环境。

## ● 治理

公司纪委办公室和审监部作为专职监督机构，负责贪污及商业贿赂等不正当行为的调查处理；各职能部门根据制度要求协同执行，切实履行廉洁风险防控职责。通过制定实施《商业行为守则》《反贿赂反腐败政策》《供应商行为准则》等超过 20 项制度及行为规范，共同构建全员参与、全程贯穿、全域覆盖的廉洁合规防线。（相关公开政策详见商业行为守则、反贿赂反腐败政策、供应商行为准则）

## ● 战略

公司将廉洁风险识别作为反商业贿赂与反贪污工作的重点内容之一，评估风险带来的潜在财务影响，并制定管理策略。

反商业贿赂与反贪污风险及管理策略

主要风险类型	影响时间	潜在财务影响	管理策略
商业道德风险	短中长期	合规成本增加、经济损失	公布《反贿赂反腐败政策》，涵盖员工及商业合作伙伴；强化供应商准入审核与定期评估机制，推行分级审批与定期核查制度；推行廉洁教育，增强全员廉洁意识。
关键岗位风险	短中长期	合规成本增加、经济损失	加强廉洁教育；实行轮岗机制。
业务流程风险	短中长期	合规成本增加、经济损失	建立考核、监督检查机制，加强教育培训和廉洁文化建设。
制度机制风险	中长期	成本增加、诉讼费用增加、经济损失	完善反商业贿赂与反贪污制度和机制，完善举报渠道，加强举报人保护措施。
重点领域 / 项目决策风险	短中长期	项目成本上升、经济损失	加强“三重一大”事项监督，完善集体决策机制。

## ● 影响和风险管理

公司构建涵盖规划决策、监控评估、信息报告和审计监督、考核评价的管理机制，将廉洁风险防控嵌入关键业务流程。

### 管理机制

#### 权力运行制约

公司聚焦权力集中、资金密集等重点领域，以权力运行为主线，紧盯关键岗位人员，督促其开展廉洁风险排查，针对性制定防控举措，并形成廉洁风险防控手册。

#### 风险监督检查

落实廉洁从业承诺、节假日廉洁提醒，聚焦重点事项如招投标、合同、工程项目等跟进监督检查；严格执行“三重一大”决策制度。

#### 反腐败审计

公司构建常态化、多维度的内外部结合的审计机制。通过定期开展内部控制审计，评估公司反腐败政策及道德规范的执行情况与有效性，验证监控检测系统及腐败事件应对流程。同时，通过工程投资预（结）算审计、物资采购审计、领导干部经济责任审计（明确将反舞弊作为审计重点）和重点领域专项审计，实现对廉洁风险的防控。

#### 廉洁教育机制

坚持经常性教育和集中性教育相结合，通过《廉洁教育暂行办法》强化日常教育监督管理，以警示教育、廉洁谈话等方式牢固树立“不敢腐、不能腐、不想腐”的意识。

#### 举报管理机制

公司严格执行《纪检监察机关处理检举控告工作规则》，开通来信、来访、举报电话（0831-3567741）和“清廉五粮液”微信公众号“员工反映”等多种举报渠道，并向员工、供应商、经销商等在内的所有利益相关方全面开放。公司实行台账登记、专人负责、全程跟踪，确保举报事项及时处置、闭环管理。


同时，公司严格落实《举报与举报人保护政策》（相关公开政策详见[举报与举报人保护政策](#)），明确举报人权利，并对举报人提供合法的保护措施。

#### 反腐败举报（信访）处理流程




## 管理举措

2025 年，公司常态化开展反商业贿赂与反贪污工作，覆盖全体员工、供应商、经销商及其他合作伙伴。




供应商反腐败

公司根据《供应商行为准则》明确商业道德规范，要求所有供应商遵守反腐败政策，并主动对其商业道德行为进行监督。通过公布举报电话，对贪污和受贿行为实行零容忍，一经发现，将依据相关制度采取包括终止合作在内的处理方式。



实施反腐败审计

依托自有的 NASS 联网审计平台，开展投资、财务、采购、经济责任、内控评价等领域的审计，完成工程预算审计 596 项、物资采购招投标监督及预算复核 555 次，明确将环保与反舞弊等内容作为经济责任审计重点，充分发挥审计监督在反腐倡廉建设中的重要作用。



强化廉洁教育

全年开展廉洁从业教育 1,223 批次，覆盖了公司所有全职、兼职及临时员工，并延伸至关键商业伙伴共计 9.41 万人次，覆盖率达 100%。与 48 名新任中层管理人员、113 名新党员开展集体廉洁谈话，对 394 名新员工开展廉洁教育，累计讲授廉洁党课 259 场次，开展警示教育 81 场次，举办廉洁教育讲座 78 场次。

报告期内，公司共处置问题线索 108 件，接待来访 181 人次，受理各类诉求 45 件，未发生商业贿赂及贪污事件。

## ● 指标与目标

指标	2025年目标	报告期内进展
公司本部和下属公司中层及以上管理人员签订《廉洁从业承诺书》	签订率达到 <b>100%</b>	达成。
员工签订《廉洁从业承诺书》	签订率达到 <b>100%</b>	达成。
反腐败政策和程序传达给公司董事会成员的比率	<b>100%</b>	达成。
反腐败政策和程序传达给员工的比率	<b>100%</b>	达成。
反腐败政策和程序传达给供应商的比率	<b>100%</b>	达成。

## 反不正当竞争

五粮液恪守《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》《网络反不正当竞争暂行规定》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国广告法》等法律法规要求，坚持公平竞争原则，坚守合规经营底线，反对一切商业贿赂和不正当竞争行为，致力维护公平有序的市场环境，助力可持续发展。

公司 ESG 执行委员会下设的公司治理议题执行小组负责反不正当竞争的日常工作，成员涵盖董事会办公室、纪委办公室、市场管理部等相关职能部门负责人。

公司已将反垄断与公平竞争的具体要求纳入《商业行为守则》，承诺在所有商业活动中恪守公平竞争原则，绝不参与任何垄断市场、限制市场准入或操纵市场价格行为。公司严格遵守相关反垄断与公平竞争法规，并支持和保护一切组织和个人对不正当竞争行为进行社会监督，共同维护市场秩序。要求全体员工遵守该守则，并鼓励供应商、承包商和其他合作伙伴共同遵守。（相关公开政策详见[商业行为守则](#)）。

2025 年，公司新增制定的《合规管理办法》明确将市场交易纳入合规管理重点领域，进一步强调反垄断、反不正当竞争等合规要求。报告期内，公司未发生因不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的事件。

## 数据安全治理

五粮液以“建设数字化转型标杆”为战略核心，遵循《中华人民共和国数据安全法》等相关法律法规，围绕数智五粮液“W-12-18”数字化愿景持续推进“智改数转”项目，构建覆盖全链条、全领域的数字化体系。2025 年，公司以“白酒全产业链数字化融合智能工厂”入选国家工信部卓越级智能工厂。

### 治理体系

公司信息化建设与管理以董事长为最高领导，下设网络安全和信息化委员会，统筹把控公司信息化发展方向与重大决策，委员会设置网络安全和信息化办公室，负责网络安全、信息化项目实施和日常管理职责。委员会定期召开会议，审议信息安全管理战略与整体业务战略及可持续发展目标的一致性，并向董事长汇报。

公司制定并实施《信息化管理制度》《信息安全管理制度》《数据分级管理办法（试行）》等 20 余项制度，持续优化信息安全系统，确保数据的完整性，保护、监控和应对信息安全威胁，为全体员工建立信息安全的个人责任，为包括供应商在内的第三方明确信息安全要求，夯实数据全生命周期的规范化管理与安全防护基础。

### 信息安全风险管理

公司以国家相关信息安全标准为框架，构建并持续改进信息安全管理体系。通过年度全面风险复评与专项触发式评估，结合内外部审核形成问题台账，推动整改闭环；同时紧跟业务与技术发展，迭代体系文件，升级零信任架构、数据脱敏等技术防护手段，定期开展红蓝对抗与漏洞演练，确保体系适配性与防御能力持续提升。截至报告期末，公司所有合作第三方均已落实相关信息与数据安全要求，未发生安全违规事件。

## 安全风险治理流程

公司建立三阶段数据治理风险管理流程，同时通过技防、人防、物防的“三防”手段，全方位全时段对各信息系统进行保护。对前段的网络安全事件进行拦截和隔离，中段对突发事件进行及时处置，末段对相关情况及及时进行溯源、查处，最后消除影响，确保公司全年网络安全“零事故”。

数据安全风险识别、评估与管理流程



## 安全风险治理举措

公司以保障业务永续为根本，以合规风险管理为底线，以赋能数据价值为目标，构建全面可控、智能协同、持续进化的数据安全管理体系。

公司严格落实数据全生命周期管理，遵循最少采集原则，对数据进行分级分类并实施差异化防护。通过加密存储与传输、最小权限管控、审批流程规范，覆盖数据采集、存储、使用、传输至销毁的全流程。建立完整审计日志，实现各环节操作可追溯、可追责，结合定期权限审计与数据销毁管控，全方位保障数据的完整性与安全性。

**风险分级防护：**针对应用系统按核心业务、重要业务、基础业务三级分类，按低中高三级风险程度采取防护措施。建立权限分级制度，实施最小权限原则和定期权限审查机制；采用加密传输、访问控制等技术防护措施，严格执行安全协议年度审查制度；对敏感数据实行最小权限原则，划分员工访问权限，定期审查和更新访问权限。

**巡检监测机制：**通过日常巡检、监测等数据支持，结合第三方测评机构对核心业务系统进行漏洞扫描与渗透测试等方式，有针对性地加强系统保护。

**分级响应机制：**公司搭建全方位威胁监控与分级响应机制，依托 EDR 等平台聚合全场景日志，实行 7×24 小时值班研判。按威胁严重程度分级设定处置流程，所有事件处置后均开展复盘，优化监控规则与应急预案，形成闭环应对体系。

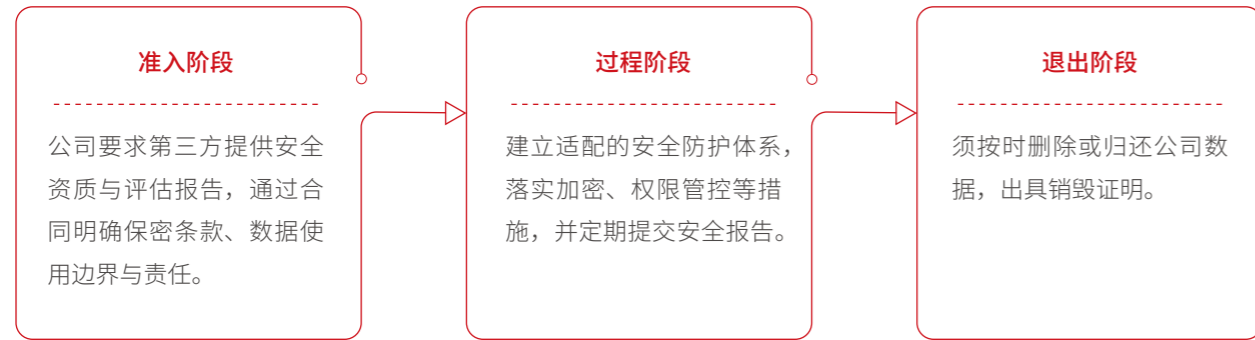
**应急管理机制：**公司在《信息安全管理制度及预案》中明确了“信息系统突发事件应急处置方案”，规范和强化突发事件预警与处置能力，针对特别重大威胁 30 分钟内启动应急响应，筑牢数据安全防线。

**数据灾备计划：**公司建立“两地三中心”灾备架构，对安全相关的业务连续性进行规划。在宜宾建立数据中心，形成“重要数据本地双备份”，同时规划成都数据备份中心，从而形成两地三中心的数据备份节点。预期建设完成后将进一步确保安全相关的业务连续性。

**安全责任体系：**公司《信息化管理制度》《信息安全管理制度》以及《数据分级管理办法（试行）》，建立分层分级的全员安全责任体系，明确高层、信息安全部门、业务部门及全体员工的权责边界，通过入职培训、季度专项培训、日常宣传及模拟演练强化责任意识。

**第三方信息安全管理：**公司已将供应商、合作伙伴等统一纳入整体信息安全体系，通过《信息安全管理制度》实现准入、合作、退出阶段全流程管控，有效防范数据泄露与风险传导。

第三方信息安全管理流程



安全风险管控举措

2025 年，公司数据治理项目围绕“体系 + 资产 + 平台”的目标，推进至全周期建设关键阶段。报告期内，公司未发生数据安全违规或数据泄露事件，员工数据安全培训与宣贯覆盖率达到 100%。

**安全风险监测**

公司委托第三方机构，对内部系统进行了等保测评和渗透测试，其中包含不定期漏洞扫描数次，未发现高风险和重大风险隐患以及高危漏洞。

**安全意识提升**

公司持续开展覆盖各类人员的网络安全意识培训。2025 年组织信息安全专题培训 1 场，覆盖 50 人，并外派 4 人次参与网络安全培训及网络攻防演练。此外，公司持续推进人工智能 (AI) 赋能计划，举办 8 期 AI 训练营。开展 AI 应用及培训专项调研，累计参与约 5,000 人次，为提升全员数字化素养与安全风险防范意识奠定基础。

**信息安全审计**

公司内部审计工作已关注到内部信息安全问题，并开展信息中心主任经济责任审计，推动重要数据实现双重备份。公司《信息安全管理及预案》每年评估 1 次，并根据实际情况适时修订。

**第三方信息安全**

截至报告期末，公司所有合作第三方均已落实相关信息与数据安全要求，未发生安全违规事件。

ESG 数据表

附表 1 ESG 数据表 - 经济维度

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
资产总额	亿元	1,654.33	1,882.52	1,899.84
营业收入	亿元	832.72	891.75	405.29
利润总额	亿元	419.13	441.63	121.99
归母净利润	亿元	302.11	318.53	89.54
基本每股收益	元 / 股	7.783	8.206	2.307
已缴税金	亿元	316.07	350.62	314.71
现金分红总额 <sup>1</sup>	亿元	146.80	181.27	223.00
政府补贴	万元	23,625.71	20,892.29	23,499.28

注 1：2025 年现金分红总额仅包括公司实施的 2024 年度现金分红及中期分红。

附表 2 ESG 数据表 - 环境维度

应对气候变化

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
温室气体排放总量 <sup>1</sup> (范围 1+ 范围 2)	万吨二氧化碳当量	45.26	44.56	49.84
范围 1 温室气体排放量	万吨二氧化碳当量	40.08	38.76	43.07
范围 2 温室气体排放量 <sup>2</sup>	万吨二氧化碳当量	5.18	5.80	6.77

注 1：本报告温室气体核算采用运营控制法确定组织边界，纳入股份公司及具备运营控制权的子公司。依据 ISO 14064-1:2018、GB/T 32151.25-2024、DB51/T 3259-2025 等标准，遵循 GHG Protocol 核算框架，采用排放因子法，结合燃料消耗量、外购电力用量等实际活动水平数据及相关排放因子，按范围 1、范围 2 开展量化核算，相关假设与计算工具均遵循国家及行业通用规范。

注 2：2025 年范围 2 电力间接排放基于位置法计算，未扣除绿电的减排量。由于电力排放因子更新，排放量有所增加。

2025 年范围 3 各类别排放占比<sup>1</sup>

类别描述	2025年
货物上游运输和配送产生的排放	3.45%
货物下游运输和配送产生的排放	1.25%
员工通勤产生的排放	1.17%
商务差旅产生的排放	0.34%
购买货物产生的排放	89.60%
资本货物产生的排放	0.59%
固体和液体废物处置产生的排放	2.76%
使用上述子类别中未包含的服务（咨询、清洁、维护、邮件递送、银行等）产生的排放	0.84%

注 1：范围 3 排放核算遵循 GHG Protocol 核算框架及 ISO 14064-1:2018 的相关核算原则；其中燃料和能源相关活动的范围 3 排放，已合并计入“购买货物产生的排放”类别。

 环境合规管理

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
环保投入	亿元	2.5	6.9	1.8
环境保护相关培训次数	次	30	30	20
参加环保相关培训总人次	万人次	5	5	5
报告期内因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚或被追究刑事责任的处罚金额	万元	0	0	0

 污染物排放

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
<b>大气污染物</b>				
废气排放总量	亿立方米	11	12	12
氮氧化物 (NO <sub>x</sub> )	吨	92	93	84.57
二氧化硫 (SO <sub>2</sub> )	吨	2.68	2.2	2.43
颗粒物 (PM)	吨	0.49	0.4	0.40
<b>水污染物<sup>1</sup></b>				
废水排放总量	万吨	440.37	374.4	496.46
化学需氧量 (COD)	吨	105.37	80.43	118.92
氨氮	吨	1.77	2.82	11.66
总磷	吨	0.88	0.89	2.71
总氮	吨	30.61	23.49	42.29

注 1: 水污染物统计口径为白酒制造污水直接和间接排放量, 2025 年因提升废水处理能力项目全面投运 (其设计采用间排标准), 排出厂外的水污染物排放量增加。

 废弃物处理

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年	
废弃物产生总量	吨	845,240.84	830,913.88	862,298.18	
按废弃物类型分类	有害废弃物	吨	38.17	44.18	62.41
	无害废弃物	吨	845,202.67	830,869.70	862,235.77
有害废弃物密度 (以单位营收计算)	吨 / 亿元	0.05	0.05	0.15	
无害废弃物密度 (以单位营收计算)	吨 / 亿元	1,014.99	931.73	2,127.45	

 能源利用

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年	
综合能源消耗量 <sup>1</sup>	万吨标准煤	23.02	23.52	26.12	
按能源类型分类	汽油 <sup>2</sup>	吨	24.80	55.93	47.87
	柴油	吨	145.66	147.30	131.68
	天然气	亿立方米	1.65	1.69	1.88
	电力	亿千瓦时	2.38	2.45	2.65
直接能源消耗量	万吨标准煤	20.09	20.50	22.86	
间接能源消耗量	万吨标准煤	2.93	3.02	3.25	
能源使用强度 (以单位营收计算)	万吨标准煤 / 亿元	0.0276	0.0264	0.0644	
清洁能源使用量 (沼气发电)	兆瓦时	7,240	5,653	5,419	

注 1: 能源折算与综合能耗核算依据《综合能耗计算通则》(GB/T 2589-2020) 及国家相关行业标准执行。

注 2: 汽油用量 2023 年未统计普拉斯、普什 3D 公司的数据, 2024 年和 2025 年的统计口径为股份公司, 含股份公司子公司, 故比 2023 年增加。

 水资源利用

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
总耗水量 <sup>1</sup>	万吨	655.63	831.60	811.54
耗水强度 (以单位营收计算)	万吨 / 亿元	0.79	0.93	2.00
总用水量 <sup>2</sup>	万吨	1,233	1,352	1,569
总取水量 <sup>3</sup>	万吨	1,096	1,206	1,308
其中: 市政供水 <sup>4</sup>	万吨	46	43	93
地表水	万吨	1,050	1,163	1,215
取水强度 (以单位营收计算)	万吨 / 亿元	1.32	1.35	3.23
循环用水总量 <sup>5</sup>	万吨	137	146	261
循环水用量占比 <sup>6</sup>	%	11.11	10.80	16.63

注 1: 总耗水量 = 总取水量 - 总排水量。

注 2: 总用水量 = 总取水量 + 循环用水总量。

注 3: 总取水量 = 市政供水 + 地表水。

注 4: 2025 年部分子公司供水单位由股份公司供水车间改为市政供水, 因此市政供水使用量增加。

注 5: 2025 年新建酿酒车间冷却水循环利用系统, 因此循环用水总量增加。

注 6: 循环水用量占比 = 循环用水总量 / 总用水量。

 循环经济

定量披露项		单位	2023年	2024年	2025年
废弃物循环利用率		吨	796,473.30	784,674.08	829,857.04
按废弃物类型分类	有害废弃物循环利用率	吨	3.98	0	0
	无害废弃物循环利用率	吨	796,469.32	784,674.08	829,857.04
循环使用玻璃瓶		吨	30,913.61	31,482.71	34,379.17
循环使用塑料组件		吨	1,833.52	2,436.25	3,564.55
包装材料 (玻璃)	总重量	吨	104,822.38	122,688.02	98,164.70
	回收和/或认证材料 (占总重量的百分比)	%	29.49	25.66	35.02
	目标 (占总重量的百分比)	%	—	20	30
包装材料 (木质 / 纸质纤维)	总重量	吨	—	—	6,653
	回收和/或认证材料 (占总重量的百分比)	%	—	—	99.01
	目标 (占总重量的百分比)	%	—	—	98.50
包装材料 (塑料包装)	A. 所有塑料包装的总重量	吨	37,525	36,936	37,035
	B. 可回收塑料包装的百分比 (占有所有塑料包装总重量的百分比)	%	100	100	100
	C. 可堆肥塑料包装的百分比 (占有所有塑料包装总重量的百分比)	%	0	0	0
	D. 公司塑料包装中再生材料的百分比 (占有所有塑料包装总重量的百分比)	%	4.89	6.59	9.62

附表 3 ESG 数据表—社会维度

 乡村振兴

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
乡村振兴投入金额 <sup>1</sup>	万元	856.82	5,400.00	6,583.40
乡村振兴惠及人数	万人	154	184	184

注 1: 乡村振兴投入金额仅包含乡村振兴公益性支出金额和消费帮扶金额。

 社会贡献

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
对外捐赠金额	万元	4,921.21	4,753.63	5,142.49
志愿活动参与人次	人次	5,712	6,583	7,314
志愿服务时长	小时	16,424	21,730	27,864

 创新驱动

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
研发投入金额	亿元	3.22	4.05	4.49
研发投入占营业收入比例	%	0.39	0.45	1.11
研发人员数量	人	2,576	2,580	2,581
研发人员数量占比	%	10.26	10.27	10.24
截至报告期末, 应用于主营业务的发明专利数量	件	89	105	121
报告期内专利申请数量	件	259	342	275
报告期内专利授权数量	件	213	207	239
截至报告期末有效专利数量	件	1,483	1,601	1,729

**平等对待中小企业**

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
报告期末应付账款（含应付票据）余额	亿元	95.97	94.93	98.87
报告期末应付账款（含应付票据）余额占总资产的比重	%	5.80	5.04	5.20

**产品安全与质量**

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
生产质量和食品安全事故	次	0	0	0
报告期内发生与产品和服务相关的安全与质量重大责任事故损害涉及的金额	万元	0	0	0
产品召回比例	%	0	0	0
质量培训场次	场次	34	47	49
质量培训覆盖人次	人次	32,907	38,571	39,673

**客户服务与隐私保护**

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
客户服务满意度	%	—	99.70	99.48
客户业务咨询及处理及时率和完成率	%	100	100	100
客户业务咨询及处理量	次	—	21,269	51,021
客户投诉解决率	%	100	100	100
客户隐私泄露事件涉及的具体金额	万元	0	0	0

**供应链管理**

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年	
按物资类型划分	包装材料供应商数量	家	65	62	67
	零星材料供应商数量	家	85	85	93
	原辅料供应商数量	家	39	43	42
按地理位置划分	四川省内供应商数量	家	121	125	138
	四川省外供应商数量	家	68	65	64
负责任供应链	年度因环境和社会事宜终止合作供应商数量	家	0	1	1
	签订廉洁承诺书 / 阳光协议的供应商比率	%	100	100	100
本地化采购比例（包装、零星材料）	%	91.94	89.22	89.58	
本地化采购比例（原辅料）	%	21.98	33.20	29.38	

**职业健康与安全**

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
安全生产投入 <sup>1</sup>	万元	22,036.57	24,046.09	24,607.65
致人员死亡的生产安全事故	次	0	0	0
员工因工死亡人数	人	0	0	0
体检覆盖率	%	100	100	100
开展安全生产检查	次	3,586	2,935	2,192
查出安全问题	项	1,718	1,192	974
整改完成 <sup>2</sup>	项	1,710	1,191	971
按期整改完成率	%	99.53	99.92	99.69
员工工伤保险投入金额	万元	3,898.69	1,534.18	1,983.90
员工工伤保险覆盖率	%	100	100	100
二十万小时可记录工伤事故率（TRIR） <sup>3</sup>	%	0.0173	0.0269	0.0327
二十万小时伤害事故率（THIR） <sup>4</sup>	%	0.7750	0.8385	0.85
千人死亡（或重伤）率 <sup>5</sup>	%	0	0	0
百万工时伤害率 <sup>6</sup>	%	0.0865	0.1346	0.163
每亿营收因公死亡人数	人 / 亿元	0	0	0

注 1：安全生产投入包含公司及控股子公司安全生产投入金额。  
 注 2：2023 年、2024 年查出安全问题中部分以前未整改完成的问题，截至报告期末已完成部分整改工作，因此对该部分数据进行了更新。  
 注 3：TRIR= 可记录工伤数量 \*200,000/ 全年总工时。  
 注 4：THIR= 工时损失工伤数量 \*200,000/ 全年总工时。  
 注 5：千人死亡（或重伤）率=[死亡（或重伤）人数 / 平均职工人数] ×1,000。  
 注 6：百万工时伤害率 = (伤害人数 / 实际总工时) ×1,000,000。

 员工雇佣与权益

定量披露项		单位	2023年	2024年	2025年
员工总数		人	25,118	25,132	25,216
按性别划分	女性	人	6,757	6,461	6,311
	男性	人	18,361	18,671	18,905
按年龄划分	>50 岁	人	3,313	3,963	4,771
	30 至 50 岁	人	18,218	17,864	17,363
	<30 岁	人	3,587	3,305	3,082
按民族划分	少数民族	人	89	112	206
	汉族	人	25,029	25,020	25,010
按职称划分	高级职称	人	174	189	196
	中级职称	人	794	854	947
	初级职称	人	830	907	1,083
员工福利	企业年金加入率	%	90.32	93.25	92.79
	社会保险覆盖率	%	100	100	100
	劳动争议化解率	%	100	100	100
民主管理	职工代表大会	次	1	1	2
	职代会议案数量	个	9	13	13
	收集职工提案	个	78	52	38
员工关怀与帮扶	工会活动总次数	次	600	1,200	1,300
	工会活动投入金额	万元	5,661	7,123	10,191
	工会活动参与人数	万人次	3.3	5.0	9.3
	员工慰问帮扶总投入资金	万元	5,576	7,712	11,332.95
	其中：困难员工帮扶总投入	万元	202	178	233.2
	其中：困难女员工帮扶投入	万元	84.12	95.31	88.9
	慰问员工	万人次	9.0	12.0	12
	其中：困难员工帮扶人次	人次	838	755	713
女员工卫生用品费用	万元	408.02	391.05	378.35	
员工培训与发展	员工培训总支出	万元	811	738	798
	员工培训覆盖率	%	100	100	100

附表 4 ESG 数据表 - 治理维度

 公司治理

定量披露项		单位	2023年	2024年	2025年
董事会成员人数		人	9	11	10
按性别划分	女性	人	1	1	0
	男性	人	8	10	10
按年龄划分	> 50 岁	人	7	9	8
	30 至 50 岁	人	2	2	2
	< 30 岁	人	0	0	0
独立董事人数		人	4	4	4
公司内部高管人数		人	15	12	13
按性别划分	女性	人	3	1	1
	男性	人	12	11	12
按民族划分	汉族	人	15	12	13
	少数民族	人	0	0	0

注：人数分别以 2023 年度、2024 年度、2025 年度报告期末在岗人员数据计算。

 反商业贿赂及反贪污

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的董事百分比	%	100	100	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的管理层百分比	%	100	100	100
反商业贿赂及反贪污培训覆盖的员工百分比	%	100	100	100

 反不正当竞争

定量披露项	单位	2023年	2024年	2025年
报告期内公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	万元	0	0	0

# 对标索引表

《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 17 号——可持续发展报告（试行）》指标索引

议题	对应条款	所在章节
<b>环境信息披露</b>		
应对气候变化	第二十一条至第二十八条	应对气候变化
污染物排放	第三十条	环境合规管理
废弃物处理	第三十一条	环境合规管理
生态系统和生物多样性保护	第三十二条	生态系统和生物多样性保护
环境合规管理	第三十三条	环境合规管理
能源利用	第三十五条	能源利用
水资源利用	第三十六条	水资源利用
循环经济	第三十七条	循环经济
<b>社会信息披露</b>		
乡村振兴	第三十九条	乡村振兴
社会贡献	第四十条	社会贡献
创新驱动	第四十二条	创新驱动
科技伦理	第四十三条	创新驱动
供应链安全	第四十五条	价值链管理
平等对待中小企业	第四十六条	平等对待中小企业
产品和服务安全与质量	第四十七条	产品安全与质量、客户服务与隐私保护
数据安全与客户隐私保护	第四十八条	客户服务与隐私保护、数据安全
员工	第五十条	员工
<b>治理信息披露</b>		
尽职调查	第五十二条	尽职调查、全面风险管理
利益相关方沟通	第五十三条	利益相关方沟通
反商业贿赂及反贪污	第五十五条	反商业贿赂及反贪污
反不正当竞争	第五十六条	反不正当竞争

## GRI 内容索引 - “参照 GRI 标准报告”

使用说明	【五粮液】在【2025年1月1日至2025年12月31日】参照GRI标准报告了在此份GRI内容索引中引用的信息
使用的GRI1	GRI1:基础2021

GRI标准	位置	GRI标准	位置
<b>组织及其报告做法</b>		<b>战略、政策和实践</b>	
2-1	公司基本信息	2-22	ESG 战略、董事会声明
2-2	报告编制说明	2-23	员工、负责任营销、反商业贿赂及反贪污、反不正当竞争
2-3	报告编制说明	2-24	员工、负责任营销、反商业贿赂及反贪污
2-4	ESG 数据表	2-25	反商业贿赂及反贪污
<b>活动和工作者</b>		2-26	ESG 治理、员工、投资者关系管理
2-6	公司基本信息	2-27	环境篇、社会篇、治理篇
2-7	员工、ESG 数据表 - 社会维度	2-28	成员资格
2-8	员工	<b>利益相关方参与</b>	
<b>治理</b>		2-29	利益相关方沟通
2-9	公司治理	2-30	民主管理与沟通
2-10	公司治理	<b>GRI 3：实质性议题（2021）</b>	
2-11	公司治理	3-1	议题重要性评估
2-12	ESG 治理、公司治理	3-2	议题重要性评估
2-13	公司治理	3-3	议题重要性评估
2-14	ESG 治理	<b>GRI 201：经济绩效（2016）</b>	
2-15	公司治理	201-1	ESG 数据表 - 经济维度
2-16	利益相关方沟通、投资者关系管理	201-2	应对气候变化
2-17	ESG 治理	201-3	薪酬与福利
2-18	薪酬绩效管理	201-4	数据安全
2-19	薪酬绩效管理	<b>GRI 203：间接经济影响（2016）</b>	
2-20	薪酬绩效管理	203-1	社会贡献、乡村振兴

GRI标准	位置	GRI标准	位置
203-2	乡村振兴	<b>GRI 304: 生物多样性 (2024)</b>	
<b>GRI 204: 采购实践 (2016)</b>		304-1	生态系统和生物多样性保护
204-1	供应链管理	304-2	生态系统和生物多样性保护
<b>GRI 205: 反腐败 (2016)</b>		304-3	生态系统和生物多样性保护
205-1	反商业贿赂及反贪污	304-4	生态系统和生物多样性保护
205-2	反商业贿赂及反贪污	<b>GRI 305: 排放 (2016)</b>	
<b>GRI 206: 反竞争行为 (2016)</b>		305-1	ESG 数据表 - 环境维度
206-1	反不正当竞争	305-2	ESG 数据表 - 环境维度
<b>GRI 207: 税务 (2019)</b>		305-3	ESG 数据表 - 环境维度
207-1	税务治理	305-4	ESG 数据表 - 环境维度
207-2	全面风险管理	305-7	ESG 数据表 - 环境维度
207-3	议题重要性评估	<b>GRI 306: 废弃物 (2020)</b>	
<b>GRI 301: 物料 (2016)</b>		306-1	废弃物处理
301-1	ESG 数据表 - 环境维度	306-2	废弃物处理
301-2	ESG 数据表 - 环境维度	306-3	ESG 数据表 - 环境维度
301-3	循环经济	306-4	ESG 数据表 - 环境维度
<b>GRI 302: 能源 (2016)</b>		306-5	ESG 数据表 - 环境维度
302-1	ESG 数据表 - 环境维度	<b>GRI 308: 供应商环境评估 (2016)</b>	
302-2	ESG 数据表 - 环境维度	308-1	供应链管理
302-3	ESG 数据表 - 环境维度	308-2	供应链管理
302-4	能源利用	<b>GRI 401: 雇佣 (2016)</b>	
302-5	能源利用	401-1	员工
<b>GRI 303: 水资源和污水 (2018)</b>		401-2	员工
303-1	水资源利用	<b>GRI 402: 劳资关系 (2016)</b>	
303-2	水资源利用	402-1	民主管理与沟通
303-3	水资源利用、ESG 数据表 - 环境维度	<b>GRI 403: 职业健康与安全 (2018)</b>	
303-4	污染物排放、ESG 数据表 - 环境维度	403-1	职业健康与安全
303-5	ESG 数据表 - 环境维度	403-2	职业健康与安全

GRI标准	位置	GRI标准	位置
403-3	职业健康与安全	<b>GRI 409: 强迫与强制劳动 (2016)</b>	
403-5	职业健康与安全	409-1	员工
403-7	职业健康与安全	<b>GRI 413: 当地社区 (2016)</b>	
403-8	职业健康与安全	413-1	社会贡献、乡村振兴
403-9	ESG 数据表 - 社会维度	<b>GRI 414: 供应商社会评估 (2016)</b>	
403-10	职业健康与安全	414-1	供应链管理
<b>GRI 404: 培训与教育 (2016)</b>		414-2	ESG 数据表 - 社会维度
404-1	培训与发展	<b>GRI 416: 客户健康与安全 (2016)</b>	
404-2	培训与发展、ESG 数据表 - 社会维度	416-1	产品安全与质量、客户服务与隐私保护
404-3	员工	416-2	产品安全与质量、客户服务与隐私保护
<b>GRI 405: 多元化与平等机会 (2016)</b>		<b>GRI 417: 营销与标识 (2016)</b>	
405-1	员工	417-1	产品安全与质量
<b>GRI 406: 反歧视 (2016)</b>		417-2	产品安全与质量
406-1	员工	417-3	负责任营销
<b>GRI 408: 童工 (2016)</b>		<b>GRI 418: 客户隐私 (2016)</b>	
408-1	员工	418-1	客户服务与隐私保护、数据安全 管理



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、(0831) 3553988

电子信箱：000858-wly@sohu.com

官方网站：<https://www.wuliangye.com.cn>

**大国浓香·和美五粮**

AROMA OF THE NATION HARMONY OF WULIANGYE