



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



2023 | 环境、社会及治理 (ESG) 报告  
贵州茅台酒股份有限公司

# 关于本报告

## 组织范围

本报告覆盖贵州茅台酒股份有限公司及其下属单位。为了便于表述，本报告中“贵州茅台酒股份有限公司”以“贵州茅台”“茅台”“公司”“我们”表示，控股股东中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司以“茅台集团”表示。

## 时间范围

2023年1月1日至2023年12月31日，部分内容适当追溯以往年度。

## 发布周期

本报告为年度报告。自2009年起，贵州茅台连续12年发布社会责任报告；自2021年起发布环境、社会及治理（ESG）报告，本报告为第三份ESG报告。

## 信息说明

报告中的财务数据均来自《贵州茅台酒股份有限公司2023年年度报告》，其他信息和数据均来自公司相关统计数据，所涉及及货币金额均以人民币为记账本位币。本报告所载若干数额及百分比数字已约整，因此若干表格所示总数未必是前述各项数字的总和。

## 报告语言

本报告有中文简体、英文两个语言版本。若内容理解不一致，以中文简体版本为准。

## 编制依据

本报告根据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司环境信息披露指引》，并参考全球可持续发展标准委员会《GRI可持续发展报告标准》(GRI Standards)等编制。

## 获取方式

本报告以印刷版和电子版两种形式发布。可通过以下方式获取贵州茅台更多环境、社会及治理（ESG）信息或下载本报告电子版。

贵州茅台官网：<https://www.moutai.com.cn/>

上海证券交易所官网：<http://www.sse.com.cn/>

# 目录

## CONTENTS

董事长致辞	04	ESG管理体系	12
走近茅台	06	ESG战略目标	13
公司概况	06	实质性议题识别	14
企业文化	07	利益相关方沟通	16
“五线”高质量发展战略	07		
ESG亮点展示	08		
2023年度荣誉（部分）	10		

## 01 讲美行 守正经营优化治理

优化公司治理	20
规范公司行为	23
信息安全与隐私保护	28

## 02 兴美业 传承创新铸就品质

铸就卓越品质	32
深化科技创新	38
负责任营销	46
传播美的文化	53

未来展望	110
GRI Standards 内容索引	111
ESG政策与法律法规	114
读者意见反馈	117

## 03 具美态 和谐共生绿色发展

应对气候变化	60
绿色运营	65
水资源管理	76
守护生态环境	80

## 04 富美韵 美好生活共创未来

共创幸福茅台	86
共兴产业生态	100
共践责任担当	105

## 董事长致辞



时序更替，华章日新。2023年，是贵州茅台“棋”心拼搏、勇毅前行的一年。面对宏观经济复苏期和白酒产业调整期交织，消费弱复苏，市场竞争加剧等挑战，我们坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，升华“五线”发展战略，全面、全域践行ESG理念，不断探索ESG发展新路径新样本，推动公司可持续发展。

**高质量为向，积极探索绿色发展新路径。**我们深入贯彻习近平生态文明思想，坚定“绿线”发展战略，构建和谐共生绿色发展体系。落实“双碳”行动，制定“双碳”工作方案，深化“两山”基地建设，持续实施“五大工程”和“五大行动”，全力推动节能降碳。紧盯水资源管理，开展节水工艺改造及创新，强化节水、排水、治水和中水回用，提升节水效益和用水效率。倡导循环经济，提高资源利用效率，上下合力共同打造资源节约型标杆企业。积极融入贵州“国家生态文明试验区”，不断扩大赤水河流域“绿色不动产”。聚焦“绿色文化”“绿色酿造”“绿色标准”“绿色产区”等六

张答卷，推动生态优先、节约集约、低碳发展，打造人与自然和谐共生的美丽茅台。

**高标准为基，奋力打造ESG实践新样本。**我们深入开展对标世界一流管理提升行动，导入卓越绩效管理模式和EFQM模型，重点围绕管理体制、管理机制以及监督机制提升现代化管理水平。扎实推进董事会建设和规范运作，优化法人治理结构，全面落实董事会职权。依托数字化转型，升级“智慧茅台2.0”，持续改进网络安全体系，确保数据与隐私安全，提升风险控制能力。恪守商业道德，健全“五位一体”监督体系，加强廉洁文化建设，夯实诚信合规基础。同时，把ESG作为重要的价值理念融入公司战略，建立ESG管理组织架构，全力推进ESG管理体系建设，持续提升治理效能。

**高品质为核，携手共创幸福生活新美好。**我们致力于创造可持续的共享价值，与相关方构建紧密相连的共同体，为社会发展、福祉和繁荣贡献力量。坚持以人为本，聚焦员工成长、职业健康、权益保障等领域，共创和谐发展、内忧外美的幸福茅台。携

手合作伙伴“棋”力同心、以拼铸美，相互赋能共促发展，打造可持续的产业链生态圈。支持茅台公益基金会，围绕教育、生态、文化、科技、健康五大领域，联动更多资源投身公益事业，让善的力量惠及更大范围、更多领域、更广人群，为世界更加美好不懈努力。

2024年是新中国成立75周年，是实现“十四五”规划目标任务的关键一年。我们将坚持以高质量发展统揽全局，聚焦“双一流、三突破、五跨越”战略目标，坚定美的战略，凝聚美的力量，以“美无止境、我无止境”的价值追求，携手各相关方深化ESG实践，锚定一流、创美奋进，共创事业、共赴美好。

贵州茅台酒股份有限公司董事长

丁辉军



# 走近茅台

## 公司概况

贵州茅台酒股份有限公司（证券代码：600519）成立于1999年11月，2001年在上海证券交易所上市。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，集国家地理标志产品、中欧地理标志产品、有机食品和国家级非物质文化遗产于一身，营销网络覆盖国内市场及五大洲64个国家和地区，是香飘世界的中国名片。

贵州茅台**始终追求卓越品质**。坚持“质量是生命之魂”，坚守“五匠”质量观，创新传承料精、艺好、器美的科学工法，用五年的岁月沉淀，使产品具有集美的感官、美的感知、美的感受、美的感悟于一体的卓越品质。**着力塑造一流品牌**。不断做美产品品牌、做优服务品牌、做实公益品牌、做精活动品牌、做强工匠品牌，持续增加品牌动能，彰显中国茅台香飘世界的品牌张力。**深入挖掘文化内涵**。完善形成“九大系列”文化体系，开展二十四节气系列活动，构建“线上线下·一呼百应”传播矩阵，守正创新讲好中国酒文化故事，让独具特色的茅台文化熠熠生辉。**创新传承传统工法**。坚持茅台酒酿造顺天应时，遵循一年一个生产周期、端午制曲、重阳下沙等传统工法。持续增强原始创新能力，深入解析传统技艺科学内涵，归纳形成四大工法体系，建立五大核心技术体系，永葆传统工法生命活力。**持续建设美丽生态**。深入实施“五大专项工程”，构建“山水林土河微”生命共同体，打造“一基地一标杆”，全力维护赖以生存的生态系统平衡。将对自然生态的维护拓展到商业生态，以卓越“茅台标准”引导相关方携手共建“三个共同体”美丽生态。

公司持续走好以茅台美学为价值内涵的“五线”高质量发展道路，致力于以美的产品和服务赋能美好生活。2023年，公司实现营业总收入1,505.60亿元，归母净利润747.34亿元，连续8年蝉联“Brand Finance全球最具价值烈酒品牌50强”榜首，并以884.27亿美元的品牌价值位列“BrandZ最具价值中国品牌100强排行榜”第3位，成为中国最具价值的酒类品牌。



## 企业文化

	<b>使命</b>	➤ 酿造高品质生活
	<b>愿景</b>	➤ 打造世界一流企业 塑造世界一流品牌
	<b>核心价值观</b>	➤ 酒香 风正 人和
	<b>企业精神</b>	➤ 爱我茅台 为国争光
	<b>质量理念</b>	➤ 崇本守道 坚守工艺 贮足陈酿 不卖新酒

## “五线” 高质量发展战略

茅台以不断满足人们对美好生活的向往和追求为战略出发点和落脚点，以美学作为企业发展哲学和战略指导思想，形成了以茅台美学为价值内涵的“五线”高质量发展战略。



## ESG 亮点展示

### 讲美行 - 守正经营优化治理



- 成立 **ESG 推进委员会**，下设三个分委会及工作小组。
- 董事会风险管理委员会更名为**风险与合规管理委员会**，把**合规管理**纳入董事会统筹范围。
- 全面完成**对标世界一流管理提升行动**各项任务，持续推进“**一大体制、六大机制**”建设。
- 将安全、环保、企业管理等 ESG 相关指标纳入**经理层薪酬考核制度**。
- 成立以董事长与总经理为组长的**网络安全与信息化工作领导小组**，打造**网络安全管理闭环体系**，强化信息安全与隐私保护。
- 共修订《网络与信息安全管理办法》等 **10 余项**信息安全与隐私保护管理制度。
- 制定《**信访工作管理办法**》，切实保障举报人合法权益。
- 开展公司范围内实质性重大议题调研，**建立实质性重大议题矩阵**。
- 争创全国质量奖、欧洲质量奖，导入**卓越绩效管理模型和 EFQM 模型**。
- 开展合规管理专题培训，发布《**合规管理办法**》。
- 组织**全体员工签订《廉洁承诺书》**。
- 针对廉洁风险较大的 **9 大领域**实行“一领域一清单”精细化管理，识别风险点 **346 个**，针对性制定防范措施 **639 条**。
- 开展“一月一警示教育”活动，总覆盖近 **30 万人次**；商业道德培训 **52 次**，覆盖人数 **3 万人次**；参观茅台廉政教育馆，共开展 **70 批次**，覆盖 **2,836 人**。
- 公司重大及以上风控事件、重大数据泄漏事件、重大信息安全事故保持**零发生**。

### 兴美业 - 传承创新铸就品质



- 创新总结出“**时空法**”**匠心质量管理模式**，全面构建实施“**365**”**质量管理体系**，构建以 PDCA 循环为核心的**矩阵式质量管控机制**。
- 完善以食品安全四大平台为技术驱动的**食品安全管控体系**。
- 推进“**两室、两中心、一站**”五大创新平台的建设和运行。
- 设立客户服务中心，修订完善《**顾客咨询投诉管理办法**》，建立《**专卖店服务用语规范**》《**标准化服务手册**》。
- 与帝亚吉欧、保乐力加在“共倡理性饮酒”等方面签署《**全球烈酒 T3 对话国际合作共识**》。
- 建设覆盖贯通从原料入厂到产品出厂的**质量与食品安全管理平台**，支撑 **799 个**理化检验项目、**26 万余次**质量检验，拥有 **3,588 万条**质量管理数据资产，形成 **111 个**质量管理数据模型。
- 自主建设国家级创新平台 **6 个**、省级及以上创新平台 **9 个**；合作研发科研战略合作单位 **9 个**、科研攻关协同团队 **33 个**、省级及以上合作创新平台 **42 个**。
- 2023 年质量管理成熟度 **906.2 分** [卓越水平]，产品质量保障指数 **96.8 分** [卓越水平]。入选 **2023 年全国质量标杆**。
- 出厂产品批次检验覆盖率、产品监督抽查合格率、产品出厂合格率均为 **100%**。
- 申请知识产权 **107 件**，**23 件**发明专利获授权；发表论文 **25 篇**，在行业内发表首篇影响因子**大于 15** 的论文。
- 拥有专有技术 **10 项**、领先技术 **44 项**、微生物菌种资源 **8,400 余株**、酿酒原料种质资源小麦 **100 余份**，高粱 **300 余份**。
- 通过 5G+ 物联网 + 机器视觉的方式，搜集酿造技艺数据近 **1,683 万条**。
- 参与理性饮酒宣传活动覆盖 **32 省、市、区**，覆盖销售门店 **1,487 家**。
- 在线客服全年服务满意度 **97.65%**、电话客服全年服务满意度 **99.14%**、i 茅台满意度 **99.36 分**。

### 具美态 - 和谐共生绿色发展



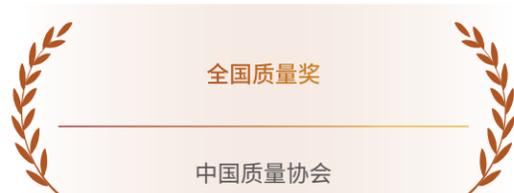
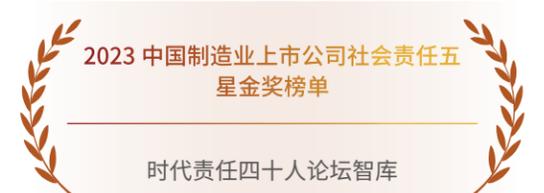
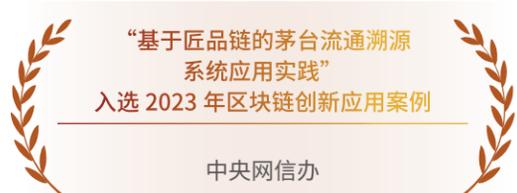
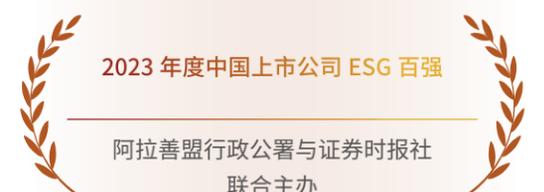
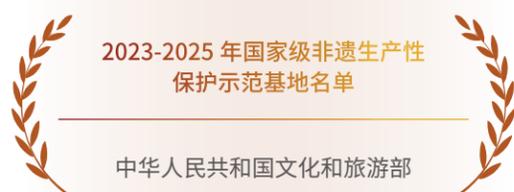
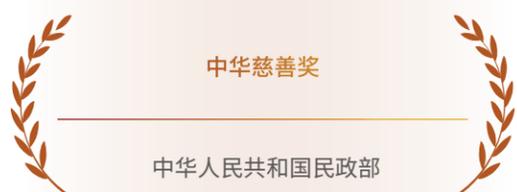
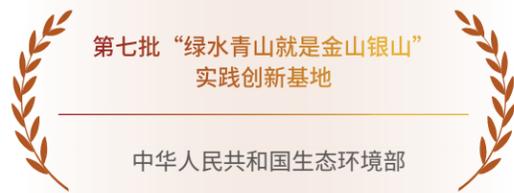
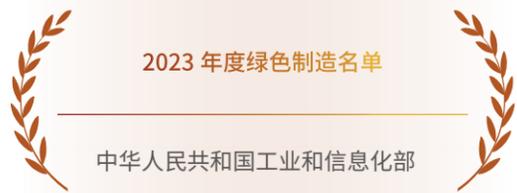
- 设立**绿色低碳发展专项委员会**及**水环境管理专项委员会**对环保相关工作进行专项管理。
- 响应国家“双碳”战略，制定公司《**碳达峰碳中和行动方案**》，设定**节能降碳目标**。
- 制定《**综合考核管理办法**》，明确环保绩效与高级管理人员及相关执行员工薪酬挂钩。
- 修订《**新产品开发管理规定**》《**新产品开发包装材料负面清单**》《**包装材料禁用限用清单**》，明确包装材料优先选用可回收、可降解、绿色环保的材料。
- 根据 ISSB 框架，结合公司生产经营实际深度识别**气候变化风险与机遇**。
- 运用**关键成功因素矩阵 (KSF)** 工具，确定生态环境管理过程的 7 个主要要求。
- 牵头起草《**白酒企业温室气体核算方法及报告标准**》，并建立碳监测评估标准，对主要产品开展**全生命周期碳足迹评估**。
- 对生产经营各环节的用水量实行**定额管理**，对后续取水总量、生产用水定额量及单位产品用水量**设立目标及实现路径**。
- 开展赤水河流域的**水生态承载力评估**，建立 **SWAT 模型**对水质及微生物进行动态分析。
- 实施**产品外观设计绿色转型工程**，建立绿色包装选材“**黑名单**”，支持供应商开展**碎玻璃回收再加工、节水改造**等项目。
- 获得国家级“**绿水青山就是金山银山**”**实践创新基地**荣誉称号。
- 单位工业总产值二氧化碳排放强度连续 **2 年**降低。
- 年度节水量达 **39.9 万立方米**，水循环利用率达 **87.07%**。
- 2023 年总计采购绿电 **9,170.20 万千瓦时**，实现茅台产区及和义兴产区绿色电能全覆盖的减碳目标。
- 实现酒糟、窖泥、曲草等酿造副产物 **100%** 资源化利用。

### 富美韵 - 美好生活共创未来



- 成立**党委人才工作领导小组**，统筹人才成长发展工作。
- 成立**员工大健康管理领导小组**，制定《**职业健康管理制度**》，统筹健康与安全战略和绩效管理。
- 落实《“**幸福茅台**”提升职工生活品质试点 **2023 年工作实施方案**》，深入实施“幸福茅台”工程。
- 修订《**供应商管理办法**》《**采购管理办法**》《**供应商关系管理规定**》等制度，完善供应商可持续性准入管理、履约管理和关系管理。
- 制定《**物资供应廉洁从业禁止性规定**》《**采购廉洁从业禁止性规定**》等文件，将廉洁管理相关内容纳入供应商考核范围。
- 围绕危险作业、风险辨识与管控、整改施工安全、应急等专题和二、三级安全培训共计 **1,679 场**，共计 **4.5 万人次**，安全教育培训覆盖率 **100%**。
- 2023 年，组织开展 7 场线下渠道商培训，实现渠道商**全覆盖**，并按月开展线上培训。
- 加大农作物有机认证投入，持续提高原料种植标准。全年共计投入 **2.15 亿元**用于供应商基地扶持，种植 420 平方千米，收储 14.14 万吨，带动 12 万户农户增收致富。
- 2023 年公益总投入 **2.74 亿元**。
- 2023 年乡村振兴总投入 **5,170 万元**，乡村振兴惠及人数 **5 万余人**。
- 连续 **12 年**开展“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动，累计捐资超 **12 亿元**。
- 安全生产投入 **3.5 亿元**，重大安全生产事故数 **0 起**，员工安全培训率 **100%**，隐患整改及时率 **100%**。
- 合作供应商年度审核比例 **100%**，廉洁采购原则覆盖供应商比例为 **100%**。
- 2023 年员工满意度 **87 分**，契合度 **91.8 分**。
- 2023 年供应商满意度 **97.6 分**，连续三年超过 **95 分**。

## 2023 年度荣誉 (部分)

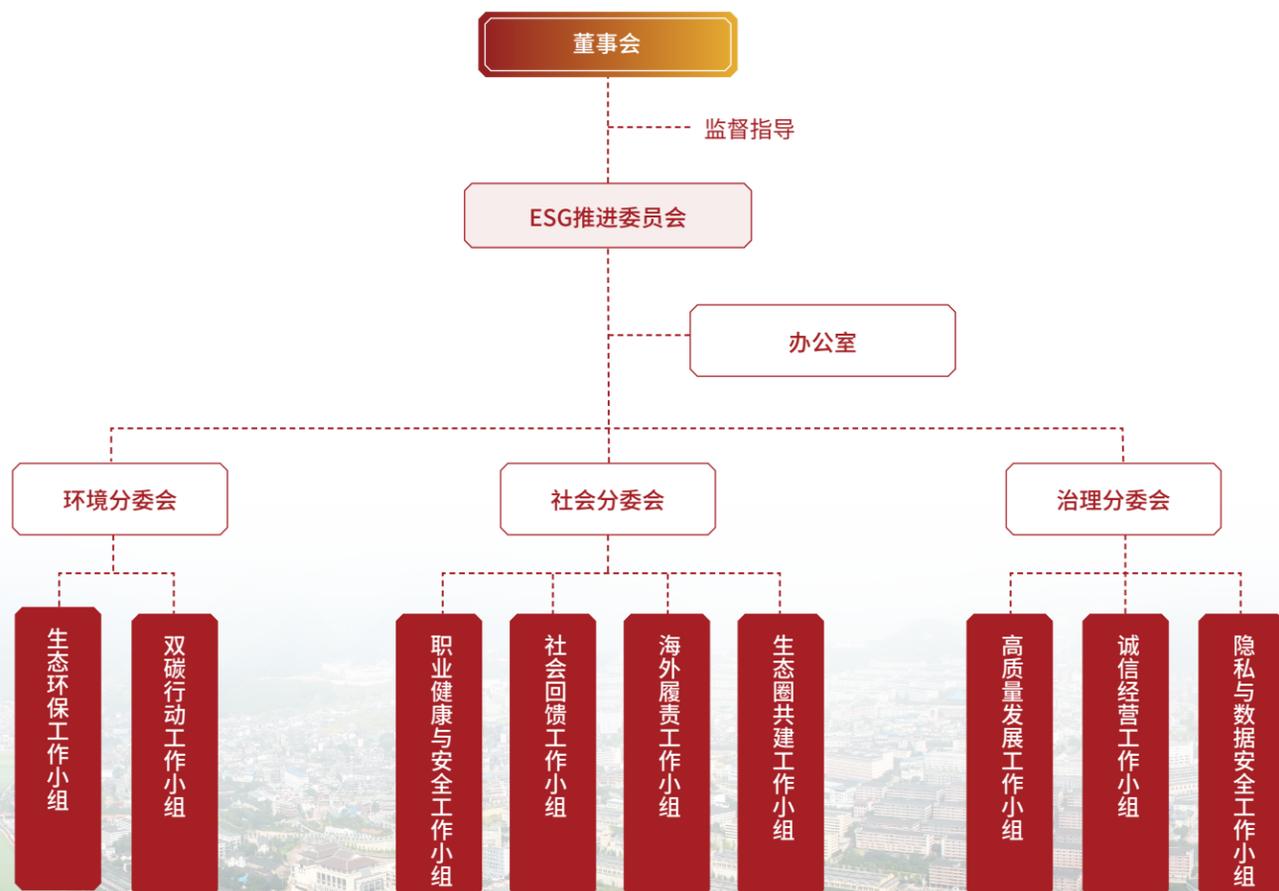


# ESG 管理体系

公司全面、全域践行ESG理念，将ESG理念深度融入生产经营、改革发展等各个环节。健全ESG治理架构，对标国际规范、国家政策和先进实践，按照议题识别、整体规划、融入实施、改进创新四个步骤，系统梳理核心议题和重点项目。我们致力优化公司整体的ESG管理体系，充分发挥管理机制效能，持续赋能ESG落地见效，全面提升ESG价值创造能力。

## ESG 治理架构

公司坚持以董事会为ESG事宜的最高负责机构，成立了由总经理担任主任委员的ESG推进委员会，统筹ESG管理工作，设立环境、社会与治理三个分委会，监督各自领域下关键议题，下设委员会办公室和专项工作小组，贯彻落实ESG事务的执行工作，形成了“决策-管理-执行”的三级ESG治理架构。



ESG 治理体系架构图

# ESG 战略目标

我们将ESG可持续发展理念深度融入以茅台美学为价值内涵的“五线”发展战略，以讲美行为基、兴美业为本、具美态为向、富美韵为责，不断满足人们对美好生活的向往，创造可持续价值。

讲美行	我们锚定“世界一流企业”目标，以“三会一层”为视角完善公司治理，恪守商业道德，健全风险管理机制，营造诚信经营环境，确保企业行稳致远、基业长青。
兴美业	我们坚守质量是生命之魂，持续践行“五匠”质量观，让传承的越来越传统，让创新的越来越现代，把美的产品和美的服务带给消费者，以“茅台标准”引领行业高质量发展。
具美态	我们构建“山水林土河微”生命共同体，聚焦“双碳”目标，打造“三生空间”，紧盯“四条流线”，塑造“绿水青山就是金山银山”的生态发展样本。
富美韵	我们坚持“大品牌大担当”，推动价值共创形成利益共享、情感共鸣、命运共连的“创美生态圈”，携手各相关方共同走好可持续发展道路，共创美好生活。



# 实质性议题识别

贵州茅台参考全球可持续发展趋势，结合所处行业的特点，每年至少开展一次公司范围内的实质性议题识别与分析工作，形成了年度实质性议题矩阵，为后续针对性布局ESG管理规划打下了坚实基础。



实质性议题识别流程



2023年ESG实质性议题矩阵



## 利益相关方沟通

公司将共同体理念贯穿至与相关方构建紧密发展关系中，以实际行动响应分析各利益相关方的关切与诉求，最大化凝聚利益相关方力量，形成利益共享、情感共鸣、命运共连的“创美生态圈”，携手各方共同走好绿色可持续发展道路。



利益相关方	期望与诉求 <sup>1</sup>	沟通与回应
<p>客户与消费者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 产品安全与质量</li> <li>• 客户服务</li> <li>• 负责任营销</li> <li>• 理性饮酒</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 矩阵式质量管控，全生命周期质量管理</li> <li>• 完善客户服务体系，提升消费者满意度</li> <li>• 规范日常营销传播，杜绝夸大虚假宣传</li> <li>• 积极倡导理性饮酒、健康饮酒</li> </ul>
<p>股东与投资者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合规运营</li> <li>• 公开透明</li> <li>• 良好回报</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 优化治理架构，坚守合规底线</li> <li>• 完善信息披露，主动沟通交流</li> <li>• 合理分配利润，资产保值增值</li> </ul>
<p>员工</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 职业健康与安全</li> <li>• 薪酬福利与权益保障</li> <li>• 员工培训与职业发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立“大健康”工作领导小组，统筹健康与安全工作</li> <li>• 健全薪酬福利体系，切实保障员工合法权益</li> <li>• 健全人才晋升通道，持续完善员工培训体系</li> </ul>

利益相关方	期望与诉求 <sup>1</sup>	沟通与回应
<p>供应商与合作伙伴</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 供应链管理</li> <li>• 商业道德</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 健全供应商管理体系，打造“六大供应链”</li> <li>• 公开公平采购，完善举报渠道</li> </ul>
<p>行业</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 应对气候变化</li> <li>• 负责任营销</li> <li>• 保护自然生态</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建设绿色价值链，推动行业可持续发展</li> <li>• 规范日常营销传播，加强在理性饮酒推广方面合作</li> <li>• 打造“三生空间”，共同关注环境生态保护</li> </ul>
<p>政府与监管机构</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 依法合规运营</li> <li>• 保护自然生态</li> <li>• 行业健康发展</li> <li>• 带动地方发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 健全依法治企机制</li> <li>• 推动建立赤水河流域生态保护长效机制</li> <li>• 倡导“美”的竞合生态，推动行业可持续发展</li> <li>• 依法纳税带动就业，促进地方产业发展</li> </ul>

<sup>1</sup>重点关注议题由贵州茅台ESG实质性议题分析结果，结合贵州茅台利益相关方日常沟通工作综合识别得出。

# 01 讲美行

## 守正经营优化治理

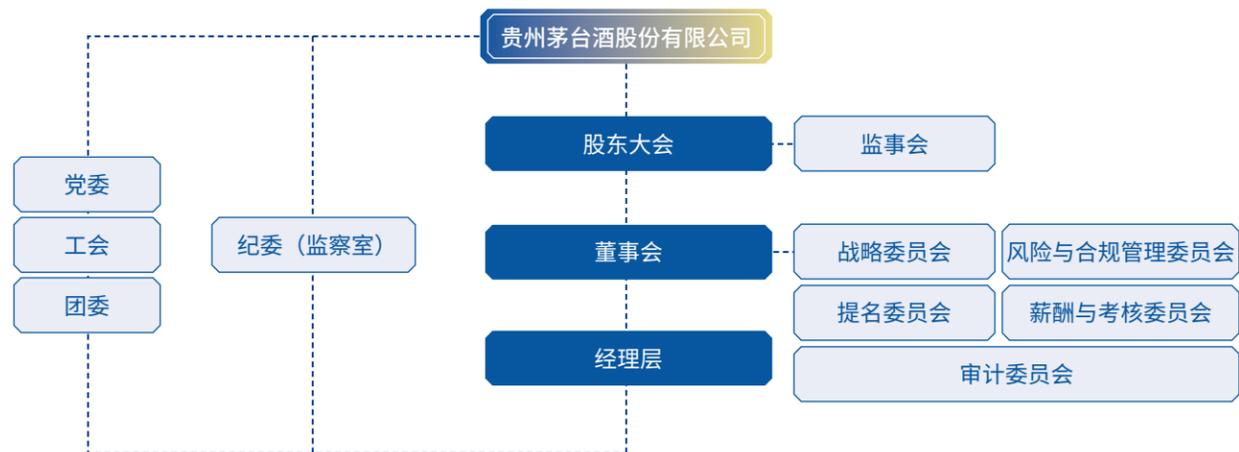
贵州茅台严格按照国家法律法规和有关监管规定，夯实诚信合规基础，持续优化治理架构，不断提升治理水平，实施数字化转型，提升风险控制能力，优化业务运营，推动公司治理体系建设。



- 优化公司治理
- 规范公司行为
- 信息安全与隐私保护

# 优化公司治理

公司坚持规范治理，构建完善现代化公司治理架构和体系，不断优化董事会成员结构提高履职效能，持续推进任期制与契约化管理激发经理层积极性，切实保障公司科学决策稳健经营。



贵州茅台治理架构



## 治理架构及机制

股东大会	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格按照《公司章程》《股东大会议事规则》召开；</li> <li>负责开展会议通知、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。</li> </ul>
董事会及其专门委员会	<ul style="list-style-type: none"> <li>作为股东大会决议的执行机构和公司经营管理的决策机构，根据《公司法》《公司章程》规定的法定职权和股东大会授权享有经营决策的充分权力,有效发挥“定战略、作决策、防风险”的重要作用；</li> <li>下设战略委员会、审计委员会、风险与合规管理委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会5个专门委员会。</li> </ul>
监事会	<ul style="list-style-type: none"> <li>负责对公司财务状况和经营情况、董事和高级管理人员履行职责情况进行监督，促进公司治理机构的协调运转和有效制衡；</li> <li>目前共有3名监事，其中职工代表监事1名。</li> </ul>
经理层	<ul style="list-style-type: none"> <li>按照法定职权和董事会授权开展日常生产经营事项；</li> <li>负责组织实施董事会决议，并向董事会报告工作，切实发挥“谋经营、抓落实、强管理”的积极作用。</li> </ul>

## ○ 董事会构成



**独立性**

- 审计委员会全部由独立董事组成且均为行业领域专家；
- 提名、薪酬与考核委员会由独立董事担任主任委员，且独立董事占多数，进一步强化了决策的独立性和公正性。



**多元化**

- 在董事提名阶段，公司会对候选人的教育背景、工作经历、兼职情况等信息进行深入审核；
- 董事会提名委员会每年定期对董事会的架构、人数和成员构成开展全面核验，确保技能、知识、经验和性别等多方面的均衡多元，保障董事会的高效运作；
- 目前，公司董事会共有7名董事，其中独立董事3名，女性董事2名，职工董事1名；独立董事在董事会中的人数占比约为42.86%。董事会成员背景多元、专业互补，以多样化的视角保障董事会决策的科学性。



**专业性**

- 董事会成员专业互补，专业涵盖会计、金融、法律、食品等多领域，为董事会的决策提供了专业有力的支持，确保公司高效、科学治理。

## ○ 董事会及经理层薪酬体系

公司构建多维度的董事会成员绩效评价体系，综合公司生产经营管理情况、经营目标完成情况、财务预算执行情况及工作履职情况来决定绩效评价。其中，独立董事的薪酬经公司股东大会审议通过，职工董事的薪酬根据公司的薪酬管理制度以及个人的绩效考评结果来综合评估。

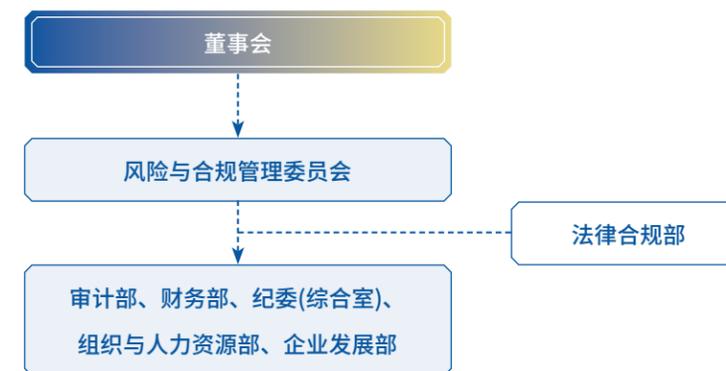
公司董事会采取“正向激励+负向约束”机制对经理层进行经营业绩考核，以正向指标激发经理层积极性，以负面指标确保经理层经营合规，强化考核结果运用与刚性兑现。根据《经理层成员业绩考核办法》《经理层成员薪酬管理办法》，从利润总额、利润增加值、成本费用利润率等6项共性指标、分管领域若干个性指标共同评价业绩完成情况，同时如在安全、环保、企业管理等ESG相关指标方面出现负面事件则列入扣分项。

## 规范公司行为

公司坚持“红线”发展战略，认真落实依法治企“五个坚持”<sup>2</sup>，不断强化风险管理，恪守商业道德，严格落实反贿赂、反腐败、反洗钱与反不正当竞争工作，并为善意举报人提供有效保护，依法治企体制机制更加完善。

## ○ 管理架构

2023年，公司修订了《董事会风险与合规管理委员会议事规则》，将合规管理纳入董事会管理范畴。董事会风险与合规管理委员会充分发挥风险管理与合规管理的协同作用，更好统筹管理公司的经营风险与商业规范，为董事会进行相关决策提供建议，保障公司稳健发展。风险与合规管理委员会下设办公室，由法律合规部负责人担任办公室主任，成员单位包括审计部、财务部等部门，共同落实公司的风险合规管理工作。



风险与合规管理架构

## ○ 合规内控

公司制订《合规管理办法》《内部控制管理手册》等制度，搭建合规内控建设的基本框架，同时建立合规义务清单，制定《安全生产合规指引》《劳动用工合规指引》等重点领域合规管理指南，强化重大决策、经济合同、规章制度、新产品开发的合规审查。

公司加强关联交易的合规管理，制订《关联交易决策制度》，对关联交易应遵循的原则、决策程序和决策权限等做出明确规定，确保关联交易定价公允合理、程序合法合规、信息披露充分。遵守《上海证券交易所上市公司自律监管指引第5号——交易与关联交易》的相关规定，公司与关联方发生的关联交易均在公司股东大会和董事会审议通过的额度范围内，表决有关关联交易议案时关联股东回避表决。经董事会审议，2023年全年日常关联交易金额合计不超过公司2022年未经审计净资产5%（不含经股东大会审议批准的关联交易发生额）。

公司持续开展合规管理培训，2023年共计邀请外部专家和律师开展合规专题培训4次，覆盖各部门合规管理联络员150人，进一步提高合规意识。



2023年共计邀请外部专家和律师开展合规专题培训

4次



覆盖各部门合规管理联络员

150人

<sup>2</sup>五个坚持：坚持依法治企、坚持合规管理、坚持推进法商融合、坚持构建系统完备的法治工作体系、坚持锻造出色精湛的法治专业能力。

## ○ 风险管理

公司开展全面风险管理，围绕“建制度、搭体系、夯基础”，制定《全面风险管理办法》《合规管理办法》等制度文件，建立由董事长、总经理及各单位负责人组成的风险合规第一责任人管理体系，围绕“六大风险<sup>3</sup>”建立风险数据库，持续完善风险识别、评估、管控、改进等流程，强化重点领域风险系统化管控，有效防范化解各类风险。



2023年，公司重大及以上风控事件持续保持

0 发生

## ○ 商业道德

公司秉持诚信经营的理念，严格遵守《反垄断法》《反不正当竞争法》《监察法》《反洗钱法》等法律法规，恪守商业行为准则，依法合规参与市场竞争，反对任何形式的腐败、贿赂、洗钱、垄断、不正当竞争行为。

### 反腐败反贿赂

公司高度重视反腐败体系建设，公司本级和下属子公司均设立纪检机构或配齐纪检委员。制定了“五位一体<sup>4</sup>”联动监督工作机制，进一步加强各监督主体之间的协作配合，整合监督力量，健全完善监督体系，夯实反腐败工作基础。公司针对廉洁风险较大的9大领域分别梳理各环节风险点并制定防范措施，实行“一领域一清单”精细化管理，结合日常监督发现的问题，动态识别风险和隐患排查，已识别风险点346个，针对性制定防范措施639条。



已识别风险点

346 ↑



针对性制定防范措施

639 条



开展商业道德培训

52 次

公司在《供应商行为准则》中明确对全体供应商及经销商的反腐败反贿赂等商业道德要求，在合同审定及签署环节设有反商业贿赂条款或廉政责任书，确保公司的反贿赂反腐败相关内部制度覆盖全体供应商及经销商。为确保公司整体商业道德管理水平，公司按照《GB/T41835-2022可持续采购指南》与内部管理制度，对反腐败反贪腐制度执行情况开展年度检查。

公司加强全员廉洁文化建设，开展制度巡讲、廉政宣讲，组织旁听违法庭审，提高全体员工的廉洁自律意识。2023年，公司组织中高层领导干部赴省警示教育基地开展警示教育活动，覆盖65人；开展商业道德培训52次，覆盖人数30,000人次；各基层单位常态化开展“一月一警示教育”活动，总覆盖近30万人次。各单位、车间、分子公司参观茅台廉政教育馆，共开展70批次，覆盖2,836人。

<sup>3</sup>六大风险：战略风险、市场风险、财务风险、运营风险、法律风险、舆情风险。

<sup>4</sup>五位一体：纪检、组织人事、审计、财务、法务等监督力量组成的“五位一体”监督体系。



“五位一体”联动监督工作机制运作流程

### 商业道德相关培训

- 公司为包括中高层领导和普通员工在内的全体员工解读《关于进一步严防腐败风险保障高质量发展的实施意见》，从思想上筑起防腐防德的坚固防线，增强员工正确履责、廉洁从业的意识。



为员工解读商业道德相关制度

### 反洗钱

公司严格遵照国家反洗钱法相关规定，切实履行反洗钱法定义务，定期评估洗钱和恐怖融资等的风险和形势，结合实际开展了形式多样、内容丰富的反洗钱宣传活动，向员工普及反洗钱工作基本常识。

### 反洗钱专题培训

- 公司结合车间和部门实际情况，通过在内网发布通讯稿与播放宣传视频、在车间现场宣讲并发放手册等线上线下多种方式，同步开展反洗钱、反诈骗宣传活动。本年度内共开展“反洗钱知识”“预防诈骗”等专题宣贯培训9次，进一步强化公司员工的反洗钱和反诈骗意识。



为员工普及反诈骗、反洗钱知识

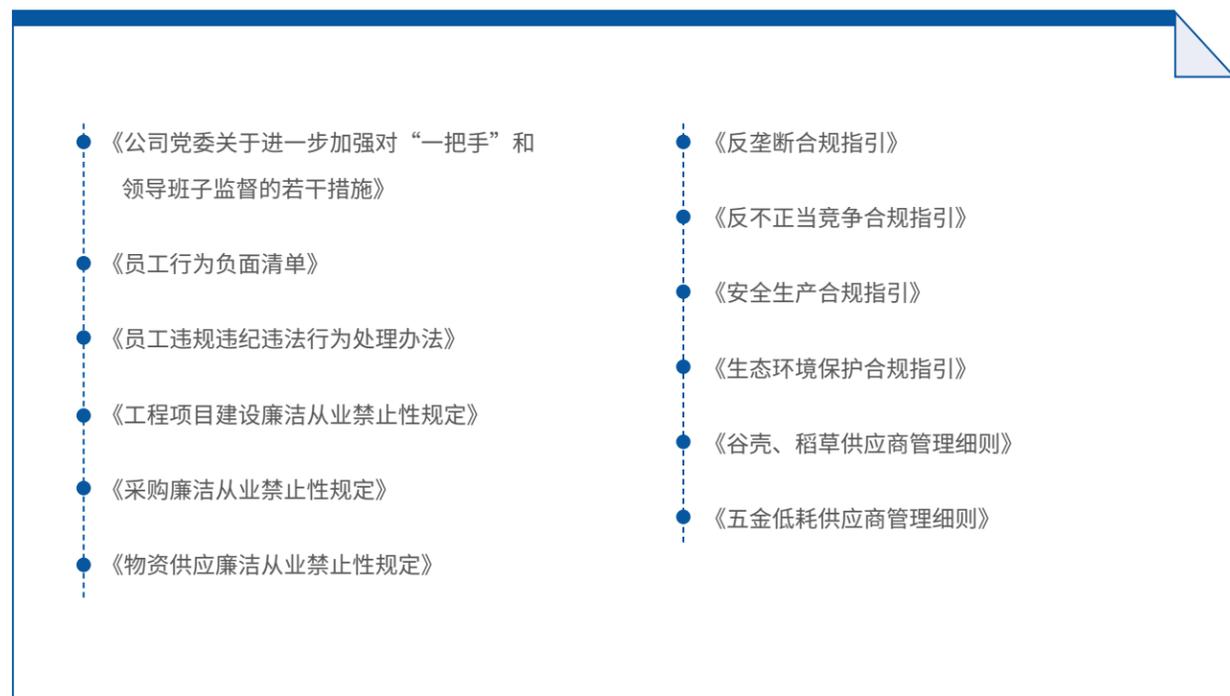
## 反垄断与反不正当竞争

公司贯彻落实《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》等相关规范性文件及《反不正当竞争合规指引》《反垄断合规指引》等规定，强化公平竞争意识。报告期内，公司未收到有关不正当竞争的投诉和举报。



报告期内，公司收到有关不正当竞争的投诉和举报

0 起



公司商业道德相关制度

## 举报人保护

公司始终遵循实事求是、依规依纪依法、保障合法权益、分级负责、分工处理的工作原则，设有专职人员负责处理检举控告，严格控制信访举报及问题线索的知悉范围，坚决防止信访举报及处置方式的泄露。

公司遵循《信访工作条例》《纪检监察机关处理检举控告工作规则》等规定，制定《贵州茅台酒股份有限公司信访工作管理办法》，对举报人姓名、工作单位、家庭住址、电话、邮箱等个人信息和举报内容严格保密，对匿名举报材料，严禁擅自核查举报人的笔迹、网际协议地址（IP地址）等信息，切实保障举报人合法权益。

举报人因检举控告而受到威胁或者侵害，并提出保护申请的，依规依纪及时提供保护。被举报人有危害人身安全和损害财产、名誉等打击报复行为的，依规依纪严肃处理，涉嫌违法犯罪的依法移交司法机关处理。



检举控告处理流程

### 举报渠道



举报电话：0851-22385896

举报网址：<http://guizhou.12388.gov.cn>

举报信箱：贵州茅台酒股份有限公司办公大楼6楼电梯口



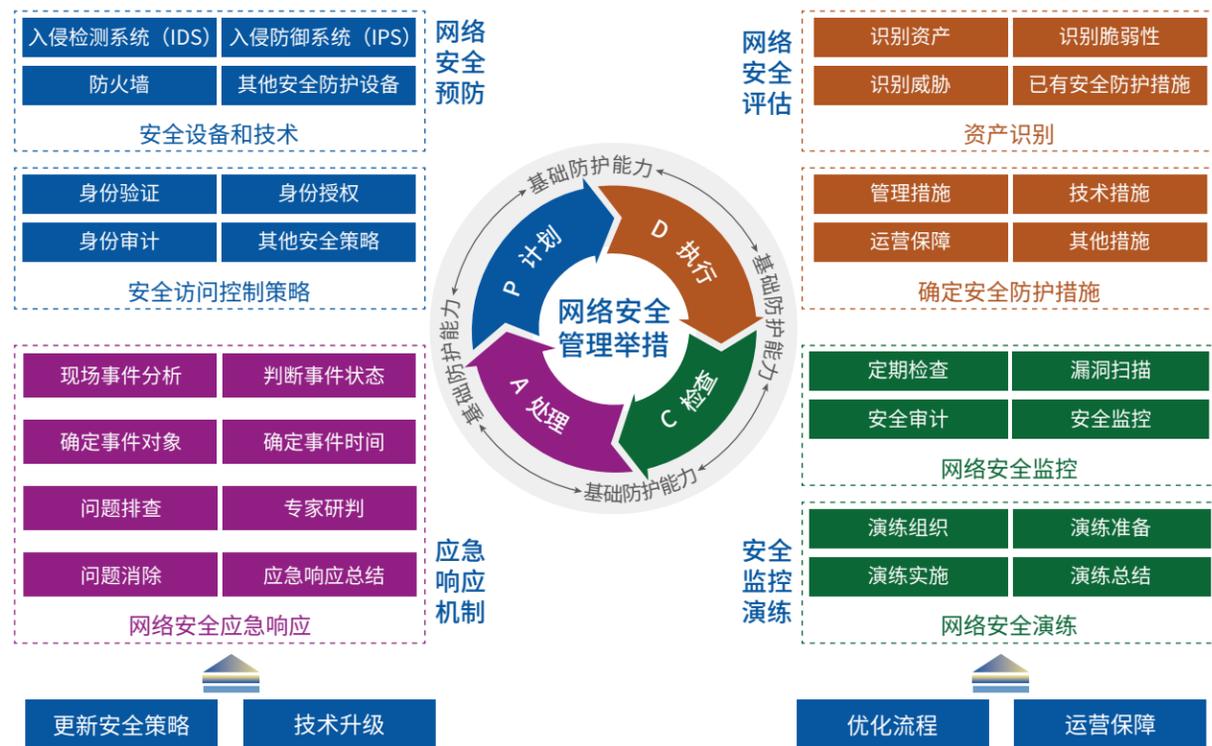
# 信息安全与隐私保护

公司不断完善网络与信息安全的制度与管理架构，持续提升网络与信息安全技术能力，加强信息安全培训与考核，确保数据与隐私安全。

## 信息安全

公司严格遵守《网络安全法》《数据安全法》等法律法规，修订《网络与信息安全管理办法》《数据安全管理办法(试行)》等10余项制度，覆盖公司本部及各级子(分)公司。按照信息化系统等保不同级别相应要求，至少每两年开展一次内部审计，并对重点系统进行详细风险评估。

公司完善管理架构，设立以董事长与总经理为组长的网络安全与信息化工作领导小组，搭建了由数字与信息化管理中心归口管理，各车间、单位(部门)及子(分)公司参与的网络安全责任格局。2023年我们对标ISO 27001管理体系标准，持续提升公司业务信息安全运营能力，建立了预防、评估、监控、演练、应急响应的网络安全管理闭环机制，梳理制定了8个外部、14个内部关键数据类清单，明确数据内容、获取途径、采集频率和责任部门，强化全域数据全生命周期管理。



网络安全管理闭环体系

公司加强员工信息安全宣传教育与技能培训，并将培训覆盖范围拓展到外部合作单位和供应商，在项目建设合同中明确信息保密要求，与全体项目成员签订保密承诺书。2023年，对信息化相关工作人员开展了10次网络安全技能培训，举办了网络与信息安全标兵技能大赛，开展了网络与信息安全风险评估、信息系统审计，实现全年重大数据泄漏事件、重大信息安全事故零发生。



实现全年重大数据泄漏事件、重大信息安全事故

0 发生

### “业财一体化”集成项目平台

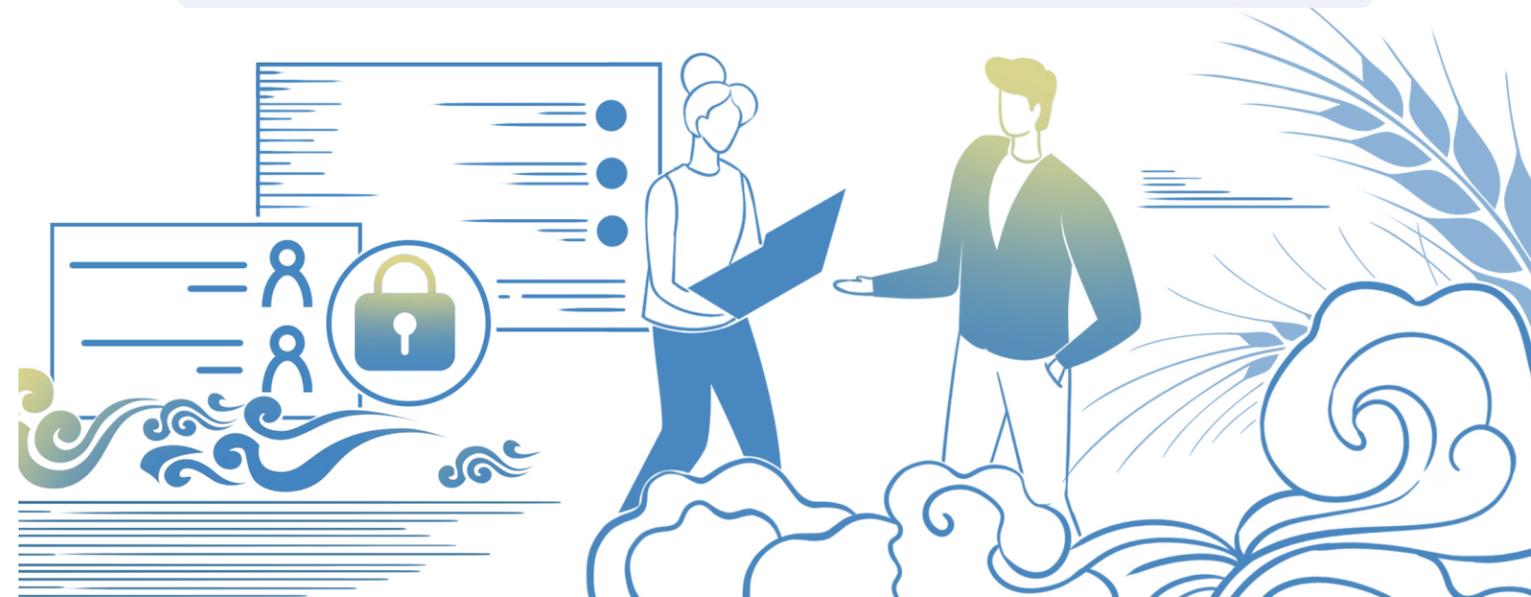
2023年，公司新整合预算、核算、资金、报账、税务等8个财资系统，新建智慧法务、人力资源、资产管理3大业务系统，1个技术平台，上线以企业服务总线、统一审批中心、财务中台为核心的“业财一体化”集成项目平台，进一步促进业财融合，消除信息孤岛。

## 隐私保护

公司严格遵守《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，制定公司《个人信息保护管理规定(试行)》《数据安全管控分类分级实施指南》等制度规定，明确用户在控制其数据方面相关的权力，确保用户有权查阅、更正和删除个人数据，强化数据的合规管理。

### i茅台 App 用户信息管理措施

在i茅台数字营销平台运营过程中，严格按照正当、合法、必要的原则收集和使用客户个人信息，补充信息的收集情况不影响客户使用基本业务功能，按最小必要原则对用户信息进行采集，并在用户注册、登录、认证等过程进行明确的提醒和告知，明确用户在控制其数据方面相关的权力，确保用户有权查阅、更正和删除个人数据，通过加密存储、脱敏显示、DID数字身份等技术保护用户信息。



# 02

## 兴美业

### 传承创新铸就品质

贵州茅台坚持“质量是生命之魂”，践行“五匠”质量观，持续为顾客提供高品质的产品和服务，让传承的越来越传统，让创新的越来越现代，助力公司高质量发展。



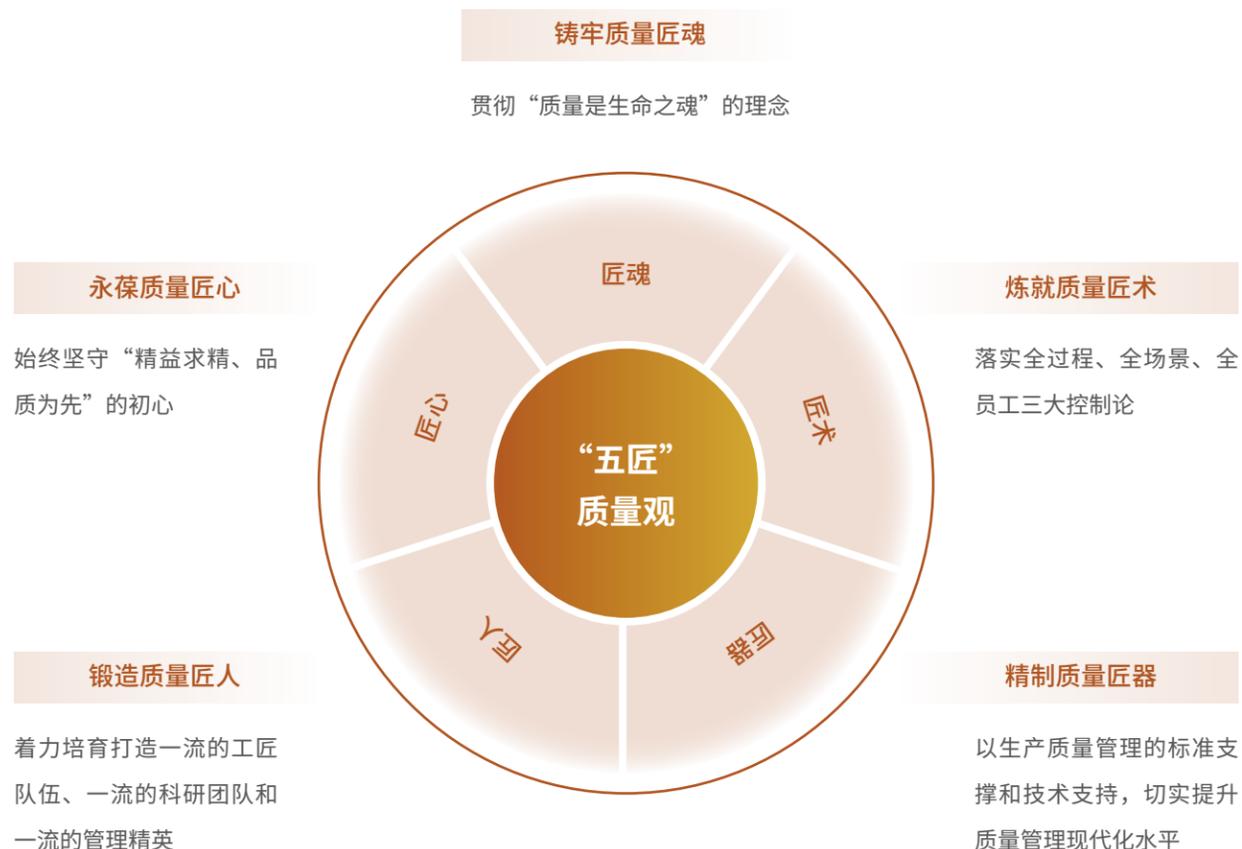
- 铸就卓越品质
- 深化科技创新
- 负责任营销
- 传播美的文化

# 铸就卓越品质

基于悠久的农耕文明实践、深厚的文化底蕴和长期的质量管理经验，公司从文化、方法、路径、举措四个层面，总结提炼出质量文化、“时空法”匠心质量管理模式、“365”质量管理体系、矩阵式管控机制的新型质量管理架构，让“质量是生命之魂”的信仰贯穿全员、全场景、全产业链。

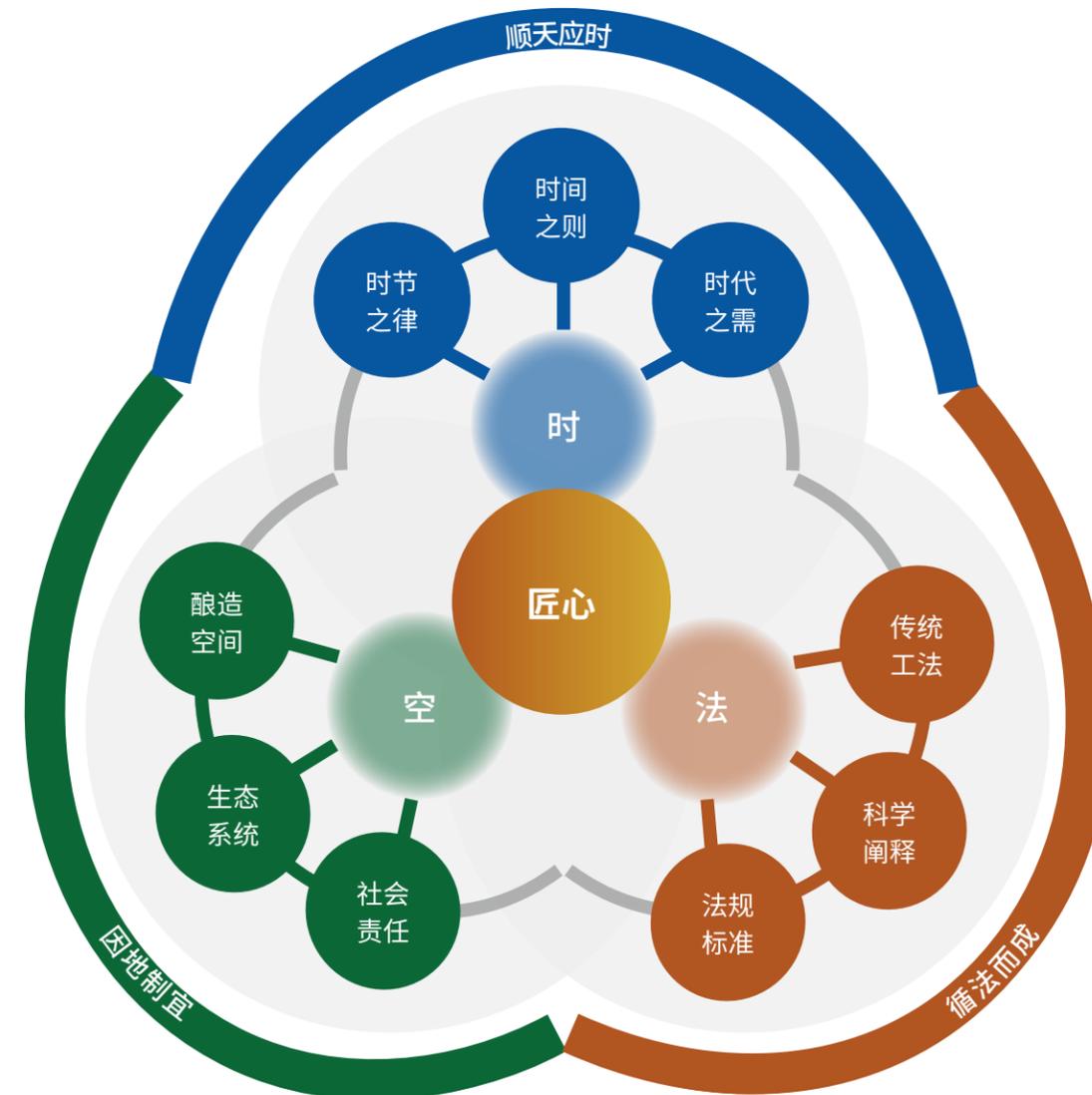
## 质量文化

以“质量是生命之魂”为质量信仰，以匠心、匠魂、匠术、匠器、匠人呵护茅台生命之魂；在产品全生命周期中践行“崇本守道、坚守工艺、贮足陈酿、不卖新酒”的质量理念；在生产过程中严格执行“三不准、四服从、十二个坚定不移”的工作要求，让质量文化成为全体员工共识，并最终转化为过硬的产品和一流的服务。



## 质量管理模式

基于长期的生产实践，创新总结出富含自然人文特色的“时空法”匠心质量管理模式，统筹平衡“时空法”所蕴含的自然要素、人文要素、生态要素，永葆茅台质量特色。



# 质量管理体系

公司以“时空法”匠心质量管理模式为指引，积极推动质量水平提升，通过全面构建实施“365”质量管理体系，明确三大目标、六大任务和五大保障，倡导人人都是质量官、天天都是质量日。

## “365”质量管理



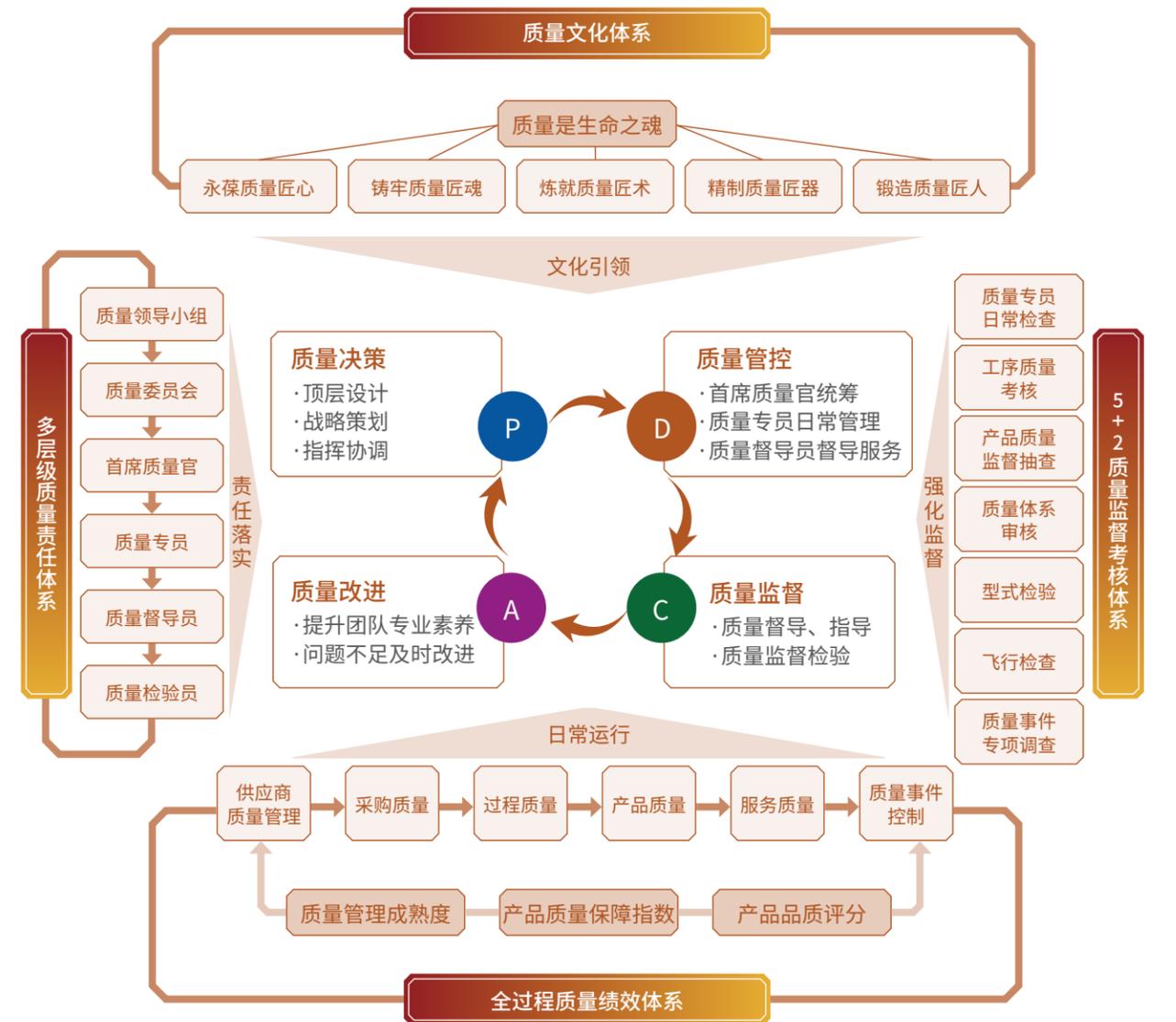
>> 2023年质量管理成熟度 <sup>5</sup> <b>906.2</b> 分 [卓越水平]	>> 出厂产品批次检验覆盖率 产品监督抽查合格率 产品出厂合格率 <b>100%</b>
>> 产品质量保障指数 <b>96.8</b> 分 [卓越水平]	>> 产品兑换及时率 <b>97.1%</b>
>> 飞天茅台酒产品品质评分 <b>98.5</b> 分 [卓越水平]	>> 入选2023年全国质量标杆 >> 4个QC成果荣获ICQCC <sup>6</sup> 发表赛金奖 >> 获得2022-2023年度全国企业文化优秀成果一等奖

<sup>5</sup>质量管理成熟度：表示整体的质量管理水平，通过综合评分进行评价。

<sup>6</sup>ICQCC指国际质量管理小组会议，International Convention on Quality Control Circles，简称ICQCC。

# 矩阵式质量管控机制

公司以质量责任体系、质量绩效体系和质量监督考核体系为抓手，构建以PDCA循环为核心的矩阵式质量管控机制，持续提升从“良种”到“美产品”的全场景、全产业链、全生命周期质量掌控力。



矩阵式质量管控机制

# ○ 食品安全管理

公司严格落实食品安全“四个最严”要求，设立食品安全总监，在关键生产环节设置食品安全员，构建全场景食品安全责任体系。通过引进多种先进检测技术和管理手段，建立以风险防控流程为制度驱动，以食品安全四大平台为技术驱动的食品安全管理管控体系。



建立覆盖全产业链、行业领先的国内外酒类食品标准法规信息库，定期识别更新质量安全相关的国内法律法规、标准，每年发布《质量、食品安全卫生适用的法律法规及其它要求一览表》，涵盖法律法规、标准365项；收集国际酒类食品相关标准1,100余项，定期对重点出口国家和地区开展酒类食品质量安全合规性评估分析。

立足科学技术发展和法规标准要求，围绕白酒产业链特点，制定质量安全风险评估方法与管理规定。采用风险矩阵法，定期识别更新全产业链质量安全风险，同时针对性制定差异化管控措施，进行分级分类管控。





防控机制

**建立风险清单**

对全产业链涉及的外源性和内源性食品安全风险进行识别与评估，并定期更新。

**严控外源性风险输入**

实施采购物资食品安全风险评估准入、采购验收质量控制、生产过程质量安全评价等服务。

**实施全产业链食品安全风险监测**

构建并不断完善食品安全风险因子快速筛查方法体系，建立《食品安全应急预案》《产品召回控制程序》等应急制度，定期开展应急演练。

**建立“日管控、周排查、月调度”工作机制**

每日根据风险管控清单进行检查，对发现的问题采取应对措施并及时上报，未发现问题须记录形成“零报告”。每周各车间（单位）开展风险隐患排查，研究提出解决措施，形成《每周食品安全排查治理报告》。每月组织调度会，分析总结食品安全管控情况，并上报公司主要负责人，同时针对性部署下个月食品安全管控工作。

公司建设质量与食品安全管理平台，覆盖全过程业务场景，贯通从原料入厂到产品出厂各关键业务系统，支撑799个理化检验项目、26万余次质量检验，拥有3,588万条质量管理数据资产，形成111个质量管理数据模型，对质量安全过程数据进行实时监控分析。

公司认证并整合运行质量管理体系、HACCP体系等七大体系，建立覆盖全产业链128项质量保证制度，133项质量安全技术标准和1,123项控制指标。



体系认证证书

# 深化科技创新

公司秉承传统与创新的平衡，坚持让传承的越来越传统，让创新的越来越现代，围绕产业链布局创新链，以科技增能、数字赋能，持续走好科技创新之路，不断提升科技创新的综合实力。

## 科技创新体系

公司坚持“四个面向”，构建以项目、平台、人才为支撑的科技创新体系，持续完善体制机制，通过基础理论创新进一步发现和认识酿造机理，运用现代科学技术成果不断提升现代化水平，推动科技创新工作高质量发展，续写“美”时代茅台科技创新工作新篇章。

## 完善创新体制机制

公司持续完善创新机制，健全科技创新管理制度，不断提升科技创新管控能力，调整完善科学技术委员会及下设专业委员会成员，高效统筹协调创新体系运行；实施“揭榜挂帅”科技研发攻关机制，汇集优势创新智慧和资源，激发创新活力。



# 建设科技创新平台

公司以“1+M+N”科技创新工作机制凝聚内外创新合力，最大化发挥优势资源效用，有序推进“两室、两中心、一站”五大创新平台的建设和运行，全力搭建科技创新高地，实现传统酿造科创平台建设新跨越。

- 贵州省工业微生物重点实验室**  
获批立项，开展科研项目10项；系统挖掘酿酒菌系837万个非冗余基因，其中29.37%的基因为新基因。
- 特色高粱创新重点实验室**  
完成制度建设，推进科研项目12项；6个新品种获农业农村部授予的植物新品种权。
- 贵州省酿酒工程技术研究中心**  
进入高效运行阶段，开展科研项目30项；建成数字化包装生产线，实现关键工序在线自动检测。



- 贵州省白酒制造业创新中心**  
进入试运行阶段，新增成员单位1家，推进科研项目35项；研制检测原型机2台，提升检验监测水平。
- 赤水河茅台段生态系统野外科学观测研究站**  
推进观测站建设，开展研发项目7项；新增9台大气自动监测设备、2座水文水质自动监测站，初步构建茅台生态环境大数据平台基础数据库。



### 提升产业链专业化水平

公司围绕产业链布局创新链，深入推进原料种植“四良”研究体系、酿造过程“五大关键核心技术体系”、产品品质“五维表达”技术体系建设，以全方位深层次的创新创造提升茅台高质量发展驱动力。



#### 产业链项目建设情况



### 加速科技成果转化

公司正逐步加强科研成果转化与应用，围绕酿造原料、酿造微生物、工艺装备技术、酿造环境生态、风味及食品安全等领域推进基础研究，积极推动科研成果转化应用。

#### 2023 年科研成果转化与应用

**酿造原料研究成果走向农户**

- 参与制定并发布河南省地方标准《豫南酿酒小麦生产技术规程》，推广应用于豫南基地有机小麦和2,300余亩新品小麦的种植；
- 选育并登记糯茅2301、糯茅2302两个高粱新品种，“红缨子”“红珍珠”高粱品种入选贵州省农业主导品种。

**酿造过程管控能力不断加强**

- 建立高粱指标快速检测卷积神经网络模型，提升检测效率60倍，检测指标增加4倍，检测准确率提升至99.6%；
- 构建关键酵母类群的快速鉴定与检测技术体系，实现了关键酵母的快速检测，提升酿造过程管控能力；
- 建立酿造过程物料理化指标近红外光谱检测模型，检测效率提高20倍。

**装备研发实现新突破**

- 推广应用酿酒高粱集中磨转系统，磨粮效率提升9.7%，有效降低转运人工成本、提高场地空间利用率；
- 研制检测原型机4台，实现检测装备研制“零”的突破；推广应用原型机1台，有效提升检测效率与效能；
- 建成数字化包装示范线，全面提升产品的包装生产力，生产能力提高1.57倍，产品兑换率下降6倍。



2023 年度科技创新奖项 (部分)



● 奖项名称 ● 项目名称 ● 颁发单位

**“国企数字场景创新专业赛”  
大赛一等奖**

营销服务 S2B2C 全链路数字化管控协同

国务院国资委

**国际质量管理小组会议金奖**

封窖泥质量评价新方法的研发

中国质量协会

**科学技术奖一等奖**

酱香型白酒主产区关键环境因子评估  
及承载研究

中国食品工业协会

**科学技术进步奖一等奖**

基于多组学技术的酱香型白酒酵母菌资源  
挖掘、功能解析及应用

中国酒业协会

**质量技术二等奖**

基于消费者的感知的酱香型白酒“**五维**”  
品质表达关键技术研究及应用

中国质量协会

**IPv6 技术应用创新大赛二等奖**

茅台工业互联网与 IPv6 演进应用  
与建设实践

中国信息通信研究院

发表学术论文 **25** 篇

其中SCI收录 **15** 篇

发表行业首篇高影响因子期刊论文  
影响因子 **> 15**

申请知识产权 **107** 件

其中发明专利 **50** 件

发明专利获授权 **23** 件

专有技术 **10** 项

领先技术 **44** 项

保存微生物菌种资源 增长 **6.67%**

**8,400** 余株

酿酒原料种质资源

小麦 **100** 余份

高粱 **300** 余份

## 引领行业发展

公司内部建立包含13类 160项技术标准和 1,123项控制指标的技术标准体系，实施产品全生命周期质量严管控，形成“茅台特色”。同时，还积极推广自身标准化成果，充分发挥行业技术引领作用，主持及修订各项酒类标准，持续以“茅台标准”助力行业完善标准化体系、提升技术水平，推动行业高质量发展。

<p><b>主持修订</b> 《白酒质量要求 第4部分：酱香型白酒》国家标准</p>	<p>科学总结酱香型白酒传统生产工艺特征，形成消费者易于理解的酱香型白酒香气特征的感官术语，建立酱香型白酒品质可视化表达体系，满足不同群体需求。</p>
<p><b>制修订</b> 《酿酒用曲术语》《食品与发酵行业水足迹评价导则》《酿酒大曲》3项行业标准</p>	<p>积极推广自身标准化成果，充分发挥“茅台标准”高质量引领作用，带动产业链供应链质量协同改进提升。</p>
<p><b>牵头起草</b> 《白酒企业温室气体核算方法及报告标准》《白酒产品碳足迹评价标准》2项团体标准</p>	<p>以科学合理核算碳排放及白酒产品生命周期碳标签评价为突破口，助力白酒行业实现“碳达峰”“碳中和”，为白酒行业绿色低碳发展提供有力支撑。</p>

## 智慧茅台建设

我们主动拥抱数字化变革，开启智慧茅台2.0建设，从“端、网、云、数、用、智、安”七个方面深化数字底座和业务系统的建设，搭建茅台云、大数据、主数据、工业互联网、区块链等基础平台，支撑数字化应用安全高效运行。

## 促进产业创新发展

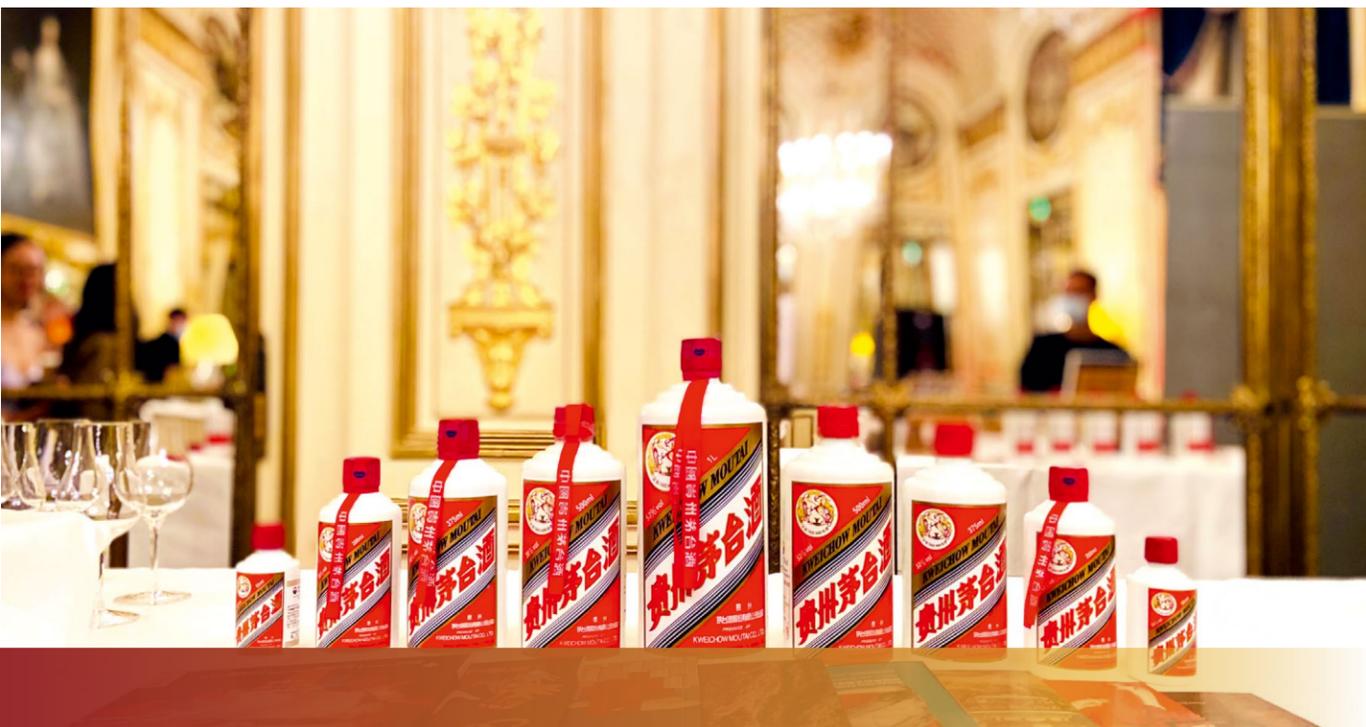
2023年，在管控领域，上线业财一体化平台，促进业财融合；供应链领域，建设采购供应、仓储物流等平台，贯通采供业务流程，与供应商实现在线协同调运，有效提升供需双方运营能力，拉通产品下线到终端消费者的全环节信息，构建全国端到端仓运配一体化服务体系，提升仓配物流效能；营销领域，推动i茅台数字营销平台规范化运营，围绕做强平台建设、扩大用户规模、增强服务体验的目标，持续丰富产品矩阵和用户权益内容，2023年4月i茅台获国企数字场景创新专业赛一等奖；截至2023年12月31日，i茅台累计注册用户数5,386.3万人，月均活跃用户1,168.3万人。



## 推动新技术创新应用

公司推进工业互联网建设、5G和人工智能技术、区块链技术等场景应用，提升上下游产业链接能力。

- 工业互联网建设，获得酒行业工业互联网标识解析二级节点运营牌照，并接入国家工业互联网标识解析体系，完成一条茅台酒新标产线改造和仓储基础设施升级，已为茅台酒和系列酒产品追溯发放工业互联网标识近1,632万个，向69家包材供应商的12类包材发放工业互联网标识近1,744万个；
- 通过5G+物联网+机器视觉的方式，场景化采集制酒酿造工艺参数，引入视觉算法、数字模型等技术，助力知识显性化，搜集酿造技艺数据近1,683万条，基于酿造技艺数据建立润粮、上甑蒸煮、摊晾拌曲、堆积发酵、窖内发酵5大工艺评价算法模型，提炼评价量化指标，数字化阐释传统酿造工艺；
- 打造茅台“天工链”和“匠品链”，通过“天工链”实现i茅台抽签可信，确保申购过程的合规、合法、公平、公正，为用户提供隐私保护、防止篡改；通过“匠品链”实现茅台酒产品包装生产、仓储物流、终端销售等环节数据的高效安全采集、多层信息链接组合与可信上链存证，构成完整的可信溯源信息数据链。两者通过跨链桥实现数据相互拉取和共识，支持跨链操作。截至2023年12月31日，“天工链”累计生成170万证书，链上累计交易量5,160万笔，“匠品链”上交易总数5,379万笔，溯源存证总数5,156万笔，跨链存证交易总数222万笔，提供商品溯源查询服务5,889万次。



## 负责任营销

公司始终肩负强烈的社会责任感，以“五合营销法”为引领，致力于全方位保护消费者合法权益，大力倡导理性饮酒，推广健康文明的生活方式。持续提升服务能力，完善售后机制，为消费者带来美的体验。

公司秉持诚信经营原则，严格遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理暂行办法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，制定《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》《贵州茅台酒市场活动支持方案》等制度，规范广告宣传和营销行为，保障消费者权益。

### ○ 确保营销合规

持续完善广告审核流程，制定《新闻宣传管理办法》《广告审核流程操作指南》《广告正负面清单》，明确传播内容及审核机制，落实“三审三校”规定，审核所有对外发布的推广信息和内容，从根源上正确引导消费者。

坚持加强内容审核，坚持真实的原则，对推广内容进行客观描述，在文字和语言表述上不夹杂任何暗示、诱导性的文字；保证平面创意及视频中画面清晰可辨的基础上，审核画面中元素，确保准确、可考证。同时，在宣传推广中严格执行酒类广告特殊禁止性规定，包括但不限于：

- 不得诱导怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒；
- 不得出现饮酒的动作；
- 不得出现驾驶车、船、飞机等活动；
- 不得明示或暗示饮酒有消除紧张和焦虑、增加体力或有治疗病理等功效；
- 不得出现饮酒无害的效果宣传；
- 不得在针对未成年人的大众传播媒介上发布广告；
- 不得出现饮酒后，驾驶交通工具的宣传；
- 不得在具有宗教信仰或民族信仰的地方大肆宣传饮酒或歧视内容；
- 法律、行政法规规定禁止的其他内容或情形。

我们在产品包装上明确标示成分及酒精含量，在产品标签中提示[过量饮酒、有害健康]等标识，在官方网站产品介绍页面增加[不向未成年人售酒][饮酒后请勿驾驶机动车]等温馨提示，在电视、互联网等广告中注明[倡导理性饮酒][禁止未成年人饮酒]等标签，主动提示潜在风险，大力引导终端消费者理性饮酒。

我们遵循“不向未成年人售酒”的规定，注重酒类产品对未成年人群体的辐射和影响，督促旗下销售型子公司制定并践行负责任营销制度体系。

#### 贵州茅台酱香酒营销公司制定负责任营销制度

贵州茅台酱香酒营销公司制定《总经销品牌（产品）管理办法》等负责任营销相关内部制度，明确要求经销商严格遵循《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国广告法》等法律法规，禁止对其所销售产品、销售网络或提供服务进行虚构、夸大、片面或其他引人误解的虚假宣传，误导消费者。

#### 贵州茅台酒进出口有限责任公司制定负责任营销制度

贵州茅台酒进出口有限责任公司制定《关于“负责任营销”的政策及管理办法》，积极保障宣传内容真实有效、维护良好的竞争环境、保护消费者隐私和数据、倡导理性饮酒。修订《出口市场广告宣传及促销活动经费管理办法》，加强活动和广告审核方式及审核力度，强化活动和广告投放从审核、监督到评估全链条的闭环管理。

## ○ 负责任营销宣贯及培训

公司严格遵循负责任营销行为准则，组织法律合规部门、品牌推广部门、经销商及自营店、专卖店等工作人员，开展负责任营销专项培训。



负责任营销培训内容

### 各子公司开展负责任营销宣贯 & 培训成果：

- 2023年，贵州赖茅酒业有限公司开展专卖店服务标准及茅台酒终端销售系统培训，进一步规范销售服务标准，提升专卖店人员服务水平；开展核心终端门店产品知识培训及负责任营销政策讲解，加强门店对负责任营销政策的贯彻落实；
- 2023年，贵州茅台酱香酒营销公司共计开展10期培训，涉及负责任营销在内等多项营销课程，参训人员达1,167人次；
- 2023年，贵州茅台酒进出口有限责任公司积极宣贯负责任营销，发布负责任营销文章共计16篇，曝光量达5,512,494人次，互动量达111,964人次。



## 负责营销审计

公司启动开展责任营销审计，对营销及推广行为进行自查自纠，促进业务改进。

### 贵州赖茅酒业有限公司开展年度负责营销审计

2023年，贵州赖茅酒业有限公司启动内控体系搭建工作，编制《内控手册》，覆盖营销渠道管理、销售业务管理、客户关系维护等内容。定期开展责任营销审计工作，对营销不规范问题进行自查自纠，并披露负责营销的审计结果。2023年，审计发现对监测广告未形成制度化标准，以及对部分广告未进行监测。对此，贵州赖茅酒业有限公司进行积极整改。

### 贵州茅台酒进出口有限责任公司开展负责营销审计

贵州茅台酒进出口有限责任公司已将“负责任营销”纳入内部审计流程，审计检查负责营销相关内容，包括通过线上、线下广告、营销策略、产品、责任饮酒、理性饮酒、环境保护等。

## 倡导理性饮酒

公司积极参与理性饮酒宣传活动，倡导理性饮酒。



### 在 T3 对话中提出“共倡理性饮酒”建议

由中国酒业协会主办，贵州茅台、帝亚吉欧和保乐力加联合发起的“传承创新，可持续发展，共赴美好”全球烈酒T3对话在伦敦举行，并共同签署了《全球烈酒T3对话国际合作共识》。本次对话中，公司提出建立“T3”举办机制、对话交流机制、共倡理性饮酒三项建议。

针对“共倡理性饮酒”方面，我们希望与同行共同倡导“健康饮酒、理性饮酒”理念，未来将加入国际责任饮酒联盟，积极推动世界烈酒产业的理性饮酒实践。



### 积极传递理性饮酒理念

2023年，积极参与由中国酒业协会发起的“全国理性饮酒宣传周”大型公益活动，贵州茅台酒销售有限公司1,300余家第三代专卖店、贵州茅台酱香酒营销有限公司187家体验中心参加活动，覆盖全国32个省、市、区。活动中，通过在门店张贴海报，向消费者发放理性饮酒宣传手册，宣传“理性饮酒”理念，提升公众和消费者理性饮酒意识。

贵州茅台酒销售有限公司参与活动的专卖店有 **1,300** 余家

“理性饮酒”倡导活动范围覆盖全国 **32** 省、市、区



理性饮酒海报

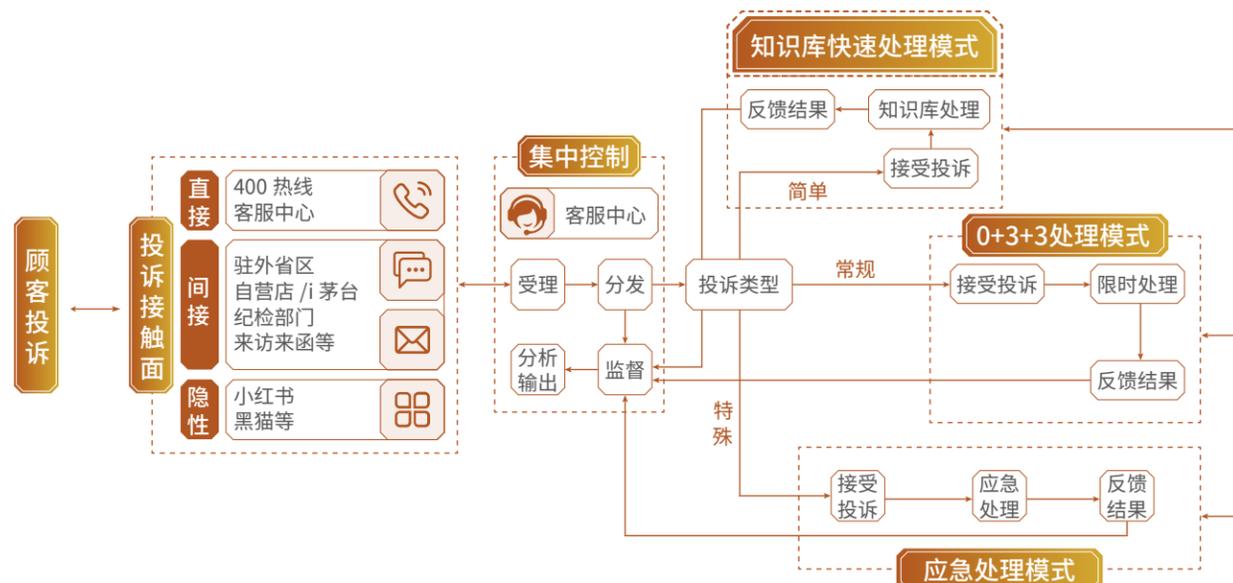


理性饮酒宣传页



## 完善售后机制

公司设立客户服务中心，修订完善《顾客咨询投诉管理办法》，建立《专卖店服务用语规范》《标准化服务手册》，健全400客服热线、驻外省区、自营店、i茅台、来访来函等顾客投诉渠道和方式，持续优化顾客投诉管理体系，提升顾客消费体验。



客户投诉处理流程



公司开展集咨询、交易、投诉、鉴真、兑换于一体的产品全生命周期服务，通过标准化营销服务流程，优化消费体验，制定《产品更换、返工管理规定》《渗漏酒兑换管理办法》等制度办法，持续完善产品售后管理及服务。公司根据产品全生命周期要求，常态化开展门店先行更换业务，为客户提供售后增值服务，满足客户更高层次需求，提升客户满意度。在全国各省设立了产品鉴定服务中心，明确产品鉴定、兑换原则、管理职责和工作程序。2023年全国各门店共计受理兑换产品47,076瓶，先行更换25,476瓶，平均更换周期8.23天。

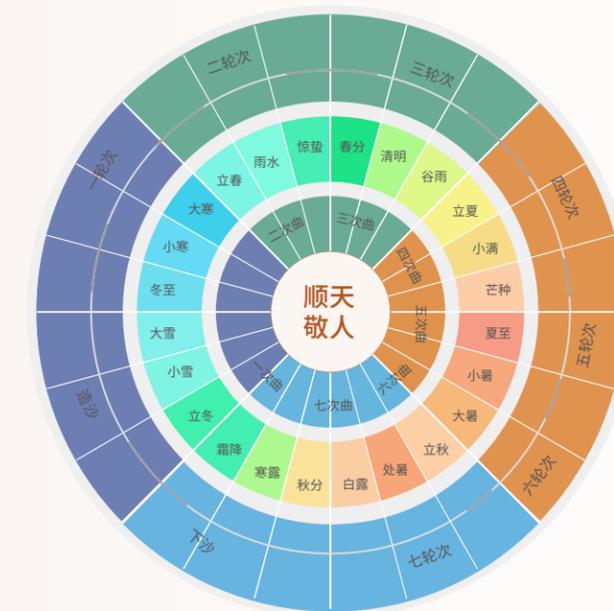


## 传播美的文化

公司坚持“紫线”战略，健全“九大系列”文化体系，大力推动文化传播，积极携文化出海，拓展丰富茅台文化内涵与外延，推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

## 坚守酿造文化内核

我们经过多年的实践总结，构建形成顺天应时、因地制宜、循法而成的酿造文化，坚持按二十四节气时序安排生产周期，顺天应时而作，彰显“顺天敬人”的文化内涵。



“顺天敬人”的文化内涵

## ○ 丰富产品文化内涵

我们充分挖掘生肖、二十四节气、飞天、非遗等中国传统文化元素，打造了一系列文化产品，以文化赋能创造更多价值，为消费者提供更多文化体验。

### 二十四节气酒

以二十四节气文化特色为核心，在外包装设计上，以“莹润绿”为主色调，通过插画传递出节气特点，展现出人与自然和谐共处的时节韵味；在酒体设计上，融合时节基酒风味特征，让每一款产品都具有独特的节气特色。



### 散花飞天茅台酒

以敦煌壁画中飞天仙女元素为主轴进行创作，采用铁线描技法，意求“人物有八面，生意活动”之境界；酒瓶以全新陶瓷工艺、釉下彩、岩彩画风格烧制而成，呈现出与敦煌壁画一致的矿物质陶瓷手感，让产品文化与敦煌文化相融相生。



### 茅台1935·中国国家地理文创酒

以“胡焕庸线”之形为设计灵感，插画临摹沿途地标建筑，融合八大城市特色建筑群系，具象和物化“胡焕庸线”地理科学研究价值，展示东方地理风貌。



### 1.5L贵州大曲酒（似水流年）

以贵州民族蜡染蓝作为产品主色调，提取蜡染中具有美好寓意的纹饰进行艺术化表达，多维度展现独特贵州民族文化。



### 茅台王子酒（甲辰龙年）

以东方主题色“绀叶色”为基调，采用明黄色为主色调，邀请书画艺术家精心创作绘制《腾龙图》《盛世龙腾图》《龙年吉祥》作为核心元素，彰显了东方美学色彩和中华诗画书法艺术的独特魅力。



美时代 贵州茅台 美生活

## ○ 创新活动文化表达

我们创新开展“二十四节气”系列文化活动，打造节日文化IP，以活动为载体，传递文化之美；升级举办茅粉嘉年华、传承人活动，为广大消费者留下专属的美记忆；积极开展偕美世界行系列活动，传播中华优秀传统文化，为世界了解中国提供茅台视角。

### ▶ 偕美世界行系列活动

2023年9月19日至29日，茅台偕美世界行先后走进日本、法国、英国。11天时间，40余场活动，横跨九个时区的万里行程，以“MEI”为向，遵循友谊之行、文化之行和品牌之行三条主线，将“中国茅台·香飘世界”深度融合“文明互鉴、生态共美、文化交融、产业同心、梦想偕行”中，探索了“MEI”的茅台国际化新路径，以文化表达助推了中外文明交流互鉴，奏响中国品牌声浪。



### ▶ 二十四节气活动

结合二十四节气，创新举办“春分论坛”“清明感恩”等特色文化活动，以文化创新推动中华传统文化、中国酒文化发展。



### ▶ 茅粉嘉年华

充分发挥茅粉嘉年华“文化传播平台、形象展示平台、交流互鉴平台和高端品味平台”的作用，以流动的茅台文化盛宴走遍神州大地，展现“各美其美、美美与共”的融合之美、茅台之美。2023年从新疆启幕，在广东收官，全年共邀请不同领域、行业1万余名“茅粉”参与。



### ▶ 传承人活动

加大对百年老店传承人的培养力度，提升传承人对茅台品质、品牌、工艺、文化核心竞争力的认知，支持和鼓励传承人投身茅台事业，共创美好生活。2023年共开展4期传承人活动。



# 03

## 具美态

### 和谐共生绿色发展

贵州茅台始终坚持“绿水青山就是金山银山”，持续构建“山水林土河微”生命共同体，不断强化环境管理能力，在运营中践行生物多样性保护，努力减少资源能源消耗及废弃物排放，积极应对气候变化，助力美丽中国建设。



- 应对气候变化
- 绿色运营
- 水资源管理
- 守护生态环境

# 应对气候变化

公司积极响应国家“双碳”战略，根据国际可持续发展准则理事会 (ISSB)<sup>7</sup>的框架及建议，从治理、战略、风险管理、指标与目标四个维度识别气候变化风险与机遇，开展碳盘查等温室气体管理，探索应对气候变化策略和举措，携手上下游企业共同应对气候变化带来的挑战，共建美好家园。

我们将气候变化风险作为重要议题，融入日常运营和发展战略中，由ESG推进委员会，统筹推动全价值链绿色转型，为行业“双碳”工作提供参考和样本。

## 气候风险管理

我们主动识别、适应气候变化带来的实体风险与转型风险，对不同类型的潜在风险制定相应的应对措施，力求实现全面识别、科学评估、有效预防、有序管控，增强抵御气候变化风险的能力，保障可持续运营。

气候变化风险识别及应对

风险类型	风险描述	应对措施
实体风险	急性风险 强降雨、高温、泥石流、山火等情形出现，因人体承受能力有限影响正常作业； 因供电、供水、供气、道路等受损，影响原料供应、物流配送、能源供给等，从而导致成本上涨，产能和指标下降。	<ul style="list-style-type: none"> <li>密切关注气象预报，与当地有关部门配合，及时获取极端天气讯息；</li> <li>制定极端天气应急预案，建立极端天气应对工作机制；</li> <li>制定具有针对性的工装标准，在高边坡、易滑坡区域合理设置挡墙，建立分散式供水泵房、配套双回路电力供应系统等；</li> <li>开展定期地质及工装状况监测等工作；</li> <li>开展园区天然溪沟、排水渠道定期清理。</li> </ul>
	慢性风险 气候环境慢性变化，将导致：高粱、小麦等主要原料品质及风味发生变化；酿造微生物环境发生变化；水环境及水质发生变化；从而影响酒体品质及风味。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续关注气候变暖趋势；</li> <li>加强微生物的基础研究，明确茅台核心产区微生物基本特征；</li> <li>对公司生产涉及的重要原材料开展保育研究工作，了解其适宜生长条件；</li> <li>开发岸滤等新兴水质净化技术，保障酿造用水安全。</li> </ul>

气候变化风险识别及应对 (续)

风险类型	风险描述	应对措施
转型风险	政策法规对流域水环境的监管要求日益趋严，将导致赤水河资源的使用受限。	<ul style="list-style-type: none"> <li>开展水足迹分析，针对性研究降低水耗方案，降低产品受影响概率；</li> <li>对重点原材料的储备及加工提前规划。</li> </ul>
	政策与法律风险 碳交易、碳税、环保税等政策逐渐落实，绿色低碳转型势在必行，对于公司节能减排实践提出了更高要求。	<ul style="list-style-type: none"> <li>科学制定减碳方案并实施；</li> <li>大力引进绿色低碳技术；</li> <li>强化执行生产过程中的能源管理；</li> <li>实施节能改造，采用低能耗设备。</li> </ul>
	监管机构对于企业申报的环境数据准确性有更高要求，增加公司环境信息统计压力及合规风险。	<ul style="list-style-type: none"> <li>严格按照合规要求进行信息披露；</li> <li>对生产经营过程中的重要环境指标进行监控。</li> </ul>
技术风险	政府对生产型企业能源消耗的管控趋严，公司在生产运营中需为节能降耗投入更多成本。	<ul style="list-style-type: none"> <li>持续推进低碳节能技术改造；</li> <li>通过资源循环利用减少能源投入成本；</li> <li>选择更加节能环保的原材料及供应商。</li> </ul>
市场风险	市场对绿色品牌及产品的偏好日益明显，增加公司低碳生产及运营的压力。	<ul style="list-style-type: none"> <li>结合全生命周期碳足迹盘查，有序降碳；</li> <li>开展包材轻量化、绿色化改造项目；</li> <li>提升废弃物资源化利用绿色水平。</li> </ul>
声誉风险	应对气候变化工作未达到利益相关方的预期，可能对公司的商誉造成负面影响。	<ul style="list-style-type: none"> <li>加强利益相关方沟通，充分了解其诉求；</li> <li>积极宣贯公司在绿色低碳方面的进展，如绿色包装、可持续采购、循环经济；</li> <li>定期公开披露公司减排措施及成效。</li> </ul>

<sup>7</sup>国际独立的标准制定机构，由国际财务报告准则基金会(IFRS)发起组建，于2021年11月3日在第26届联合国气候变化大会上正式启动，旨在制定与国际财务报告准则(International Financial Reporting Standards, IFRS)相协同的可持续发展报告准则。

我们对上述气候变化风险进行识别和应对的同时，也积极探索气候变化带来的机遇，将气候变化融入业务发展策略中。

### 气候变化机遇

机遇识别结果		机遇描述
资源效率	降低能耗机遇	随着大量绿色低碳的技术不断推出，我们可利用新兴技术优化自身生产运营过程中的能源管理，提高资源和能源利用效率并降低运营成本。
产品与服务	行业发展机遇	国家及消费者对绿色产品、绿色工厂越来越关注，我们可将此作为产品推广点，进一步提高市场竞争力。

## 气候相关目标与成效

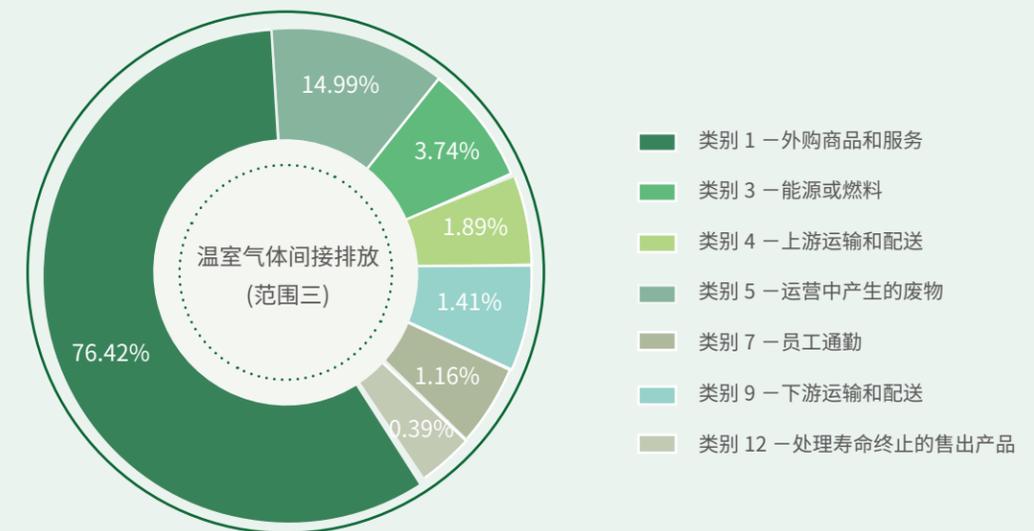
根据《中共中央、国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》《2030年前碳达峰行动方案》等要求，公司制定了《碳达峰碳中和行动方案》，形成了双碳行动实施路径规划，设定了各阶段有力度的控碳减碳目标。



我们联动专业机构，牵头起草了《白酒企业温室气体核算方法及报告标准》（公开征求意见稿），开展了2018-2023年度温室气体排放核查，分析总结过去碳排放情况、降碳路径成效，提出针对性改进措施。近2年来，单位工业总产值二氧化碳排放强度连续降低。

### 温室气体排放量

指标	单位	2023年	同比变动比率
温室气体直接排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	244,895.00	-4.40%
温室气体间接排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	9,883.00 <sup>8</sup>	-82.57%
温室气体排放总量 (范围一、二)	吨二氧化碳当量	254,778.00	-18.57%
温室气体排放强度 (范围一、二)	吨二氧化碳当量 / 百万工业总产值	2.95	-28.40%



计算依据：温室气体排放量由专业第三方机构依照ISO14064、IPCC指南及《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》《温室气体核算体系：企业核算与报告准则》等国家相关标准进行核查。

<sup>8</sup>2023年茅台产区与和义兴产区外购电力均为绿色电力，范围二排放量大幅降低。

## ○ 产品碳足迹

2023年，公司基于环境足迹分析方法，参考《工业企业温室气体排放核算和报告通则》《温室气体-产品的碳排放量-量化和通信的要求和指南》等国家相关标准，通过构建碳足迹分析模型，从全生命周期评价出发对生产涉及的供应商、原辅材料、资源能源、废弃物排放、产品、副产品等进行碳足迹的清单建立及评价分析，促进形成全生命周期的高效低碳利用体系。



### 主要产品碳足迹覆盖生命周期<sup>9</sup>



阶段	原材料生产阶段	制造运营阶段 (包含供应商)	运输和物流阶段	配送中心及门店运营阶段	产品使用及废弃阶段 <sup>10</sup>
碳排放占比	50.40%	20.23%	0.96%	2.25%	26.16%

<sup>9</sup>碳排放量依照每瓶产品在各环节排放的二氧化碳当量计算。

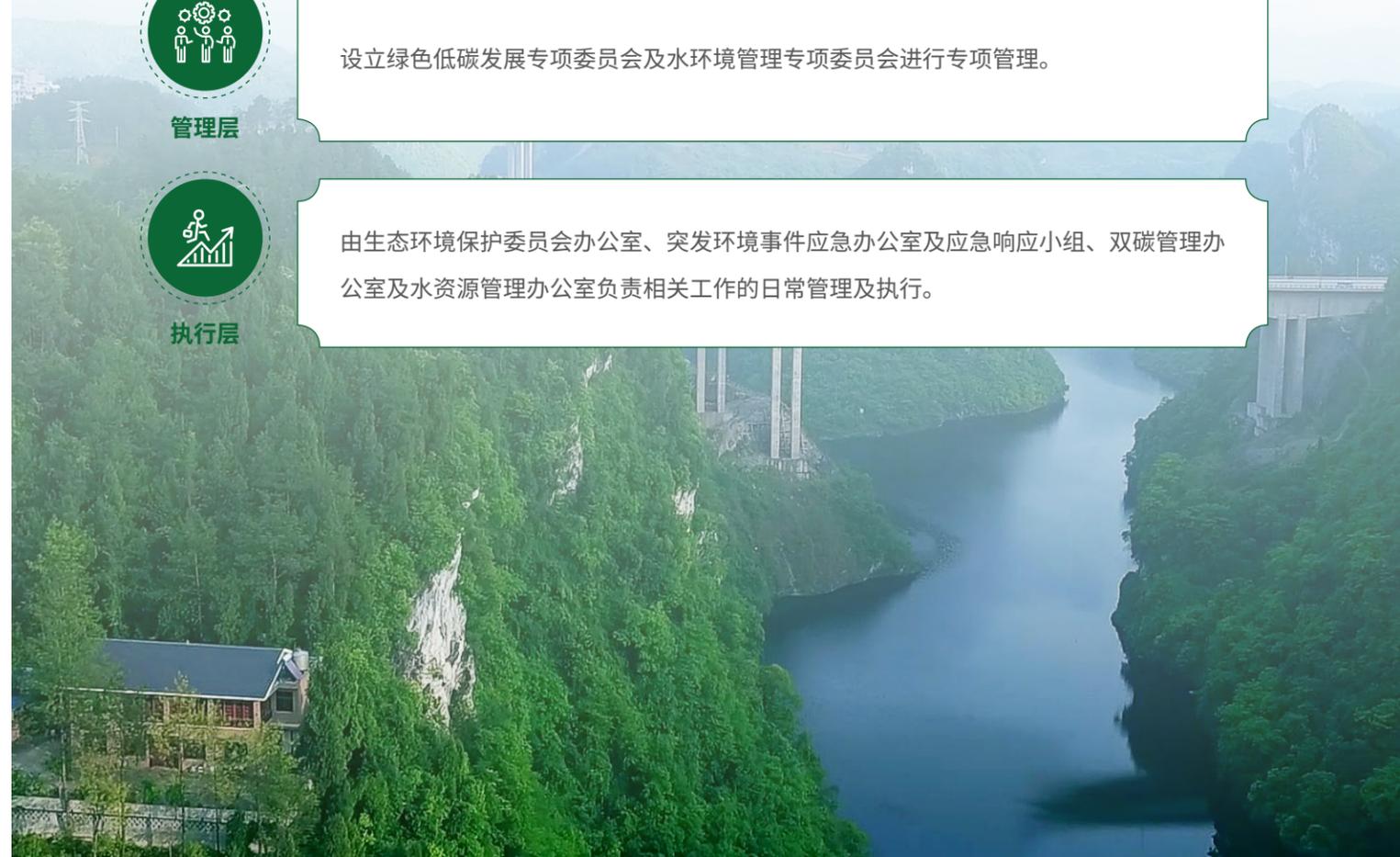
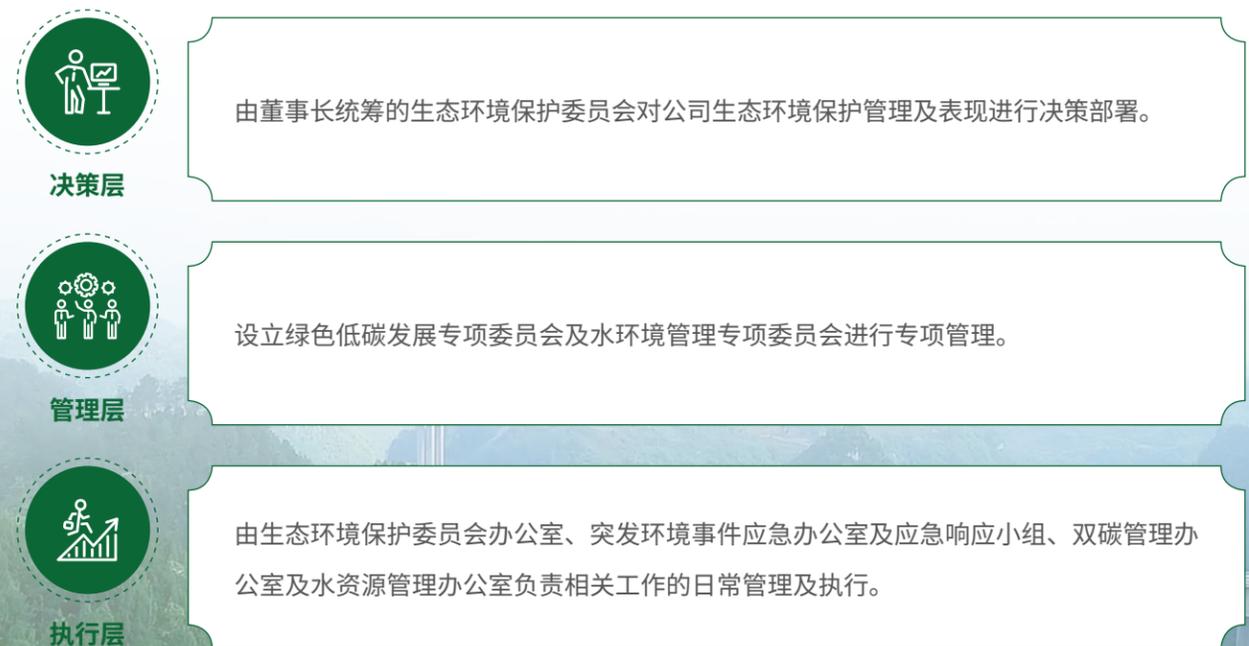
<sup>10</sup>产品使用及废弃物阶段，指产品使用及使用后产生废弃物的过程。

## 绿色运营

公司严格遵循《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，制定《关于建设习近平生态文明思想实践示范基地和打造行业生态环保标杆企业总体方案》《生态环境保护合规指引》《生态环保管理规定》《生态环境保护工作考核管理办法》等方案和制度，健全完善绿色运营体系，确保生产运营环保合规。

## ○ 环境管理体系

公司建立了覆盖决策层、管理层、执行层的环境管理体系，制定《综合考核管理办法》，明确环保绩效与高级管理人员及相关执行员工薪酬挂钩，压实环境管理各级责任。



## 过程管理

公司不断优化生态环境过程管理模式。通过电话访谈、现场交流等渠道获取相关方期望，从“多、快、好、省、和、新”6个维度梳理出相关方对生态环境管理的24个主要要求，运用关键成功因素矩阵（KSF）工具，确定生态环境管理过程的7个主要要求。



报告期内，公司未发生重大环境违规事件，并处于环境管理体系GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015 认证有效期内。



环境管理体系认证证书



## 应急管理

公司根据《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国突发事件应对法》等法律法规，制定《突发环境事件应急预案》。开展突发环境事件应急演练和专项培训，覆盖分子公司、车间、单位50余个。

**2023年突发环境事件应急预案演练**

为提高突发环境事件应急处置能力，公司于2023年8月开展突发环境事件应急演练，通过盲演的形式开展实战演练，从而发现问题、完善方案、积累经验，进一步强化了应急处置工作的实战性、操作性、实效性。



应急演练现场

## 排放管理

公司通过抓牢源头预防、抓实关口管控、抓严末端治理，综合提升废水、废气、废弃物治理水平，降低污染物的排放，确保各项污染物排放合法合规。

### 废水排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》等法律法规要求，按照“分级分质、分类处理、资源化利用”思路，对厂区管网和污水处理设施进行系统建设和升级改造，形成2.3万吨废水日处理能力，同步规划建设中华生态湿地，对达标“尾水”净化回用，降低对赤水河的生态影响，全力保障污染防治实效。深入开展生产废水特征分析、生物倍增、高浓度污水综合利用等科研项目，研究制定酱香型白酒生产废水处理工艺、设备管理、运营监管相关规范。

废水排放量

指标	单位	2023年	同比变动比率
污水排放量	万吨	215.17	-4.10%
污水排放强度	万吨 / 百万工业总产值	0.0025	-16.67%

计算依据:污水排放强度=污水排放量/单位工业总产值。

## 废气排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，对各废气排放环节全面配备污染防治设施，保障了氮氧化物、颗粒物等污染物稳定达标排放。并在厂区5个空气质量监测站开展氮氧化物、一氧化碳、臭氧、PM10、PM2.5等指标监测。2023年，公司各项废气排放速率及排放浓度均满足《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996)中相应限值要求。

### 建筑施工及作业现场产生的扬尘

加强贵州赤水河流域茅台酒地理标志保护生态示范区内在建工程、道路扬尘的规范管理，从源头控制可吸入颗粒物、可入肺颗粒物、臭氧等大气污染物排放。

### 锅炉工作中产生的氮氧化物

锅炉燃料均使用清洁能源天然气，并在锅炉房安装烟气排放连续监测系统，实时监测氮氧化物排放量。正在开展试点安装降氮设施，旨在降低氮氧化物的排放量。

### 机动车辆废气

有序推进绿色交通，倡导员工个人出行乘坐公共交通，使用新能源车辆，并在厂区内推广新能源车辆“3+3”方案，完善厂区内新能源基础设施。2023年，全厂区新能源车占比14.3%，较2022年增加5.5%。

### 制曲粉尘

新增负压管道输送系统，改进磨曲系统，有效降低制曲生产房粉尘浓度。

## 废弃物排放管理

严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，围绕“资源化、绿色化、生态化、规范化、减量化”五化原则，建立《固体废物控制程序》《废旧物资回收管理规定》《危险废物管理规定》等管理制度，强化废弃物管理。以生态产业化、产业生态化为引领，规范化处置危险废弃物，大幅减量建筑垃圾、餐厨垃圾等废弃物，提高全员环保意识。

废弃物排放量

指标	单位	2023年	同比变动比率
废弃物总量密度	吨/亿元工业总产值	541.43	-8.04%
资源化利用率	/	100%	/

## 能源管理

公司通过制造工艺优化、设备升级等措施，提升资源利用效率，将节能减排理念贯彻到生产经营各方面。报告期内，我们持续优化能源管理，推进资源的优化配置和可持续生产。

严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，建立《能源管理手册》《能源运行管理规定》《能源数据管理规定》等，遵循“依法管理、技术进步、降耗增效、有效监督、持续发展”的原则加强能源管理，确保GB/T 23331-2020/ISO 50001:2018能源管理体系认证在有效期内。建立智能化能源计量平台，对设备及厂区能耗数据进行在线监控及自动分析，并制定年度能源目标、指标，拆解至各生产运营环节，对能源消耗进行精细化管理，努力打造资源节约型标杆企业。优先采用对环境友好、资源节约型材料的供应商，探索实践低碳排放、清洁生产，促进价值链的可持续发展。2023年，我们优化能源结构，主动购买绿电以构建新型电力系统，总计采购绿电9,170.20万千瓦时，实现茅台产区与和义兴产区绿色电能全覆盖的减碳目标。

### 各环节节能措施

#### 制造运营

##### 节能减排计划

- 在设计、采购、生产运行控制层面制定碳排放管理制度和体系文件，统筹资源配置保障体系实施和运行；
- 开展电极锅炉的探索应用可行性研究；
- 探索二氧化碳热泵+高温热泵与闪蒸系统等新技术，回收厂内余热和空气能资源制取蒸汽；
- 与电力交易中心签订长期绿电采购协议，保障厂区绿电使用；
- 开展用电负荷增容，以满足未来能源转型需求；
- 实施锅炉烟气余热回收利用技改试点项目，改善尾部烟道换热器换热效果；
- 更新20个车间的供汽管网，实施蒸汽管网智能化管理系统建设，降低供汽损耗；
- 逐步淘汰全域高耗能机电设备，并更新为新型节能机电设备，减少能耗使用及损失。

##### 2023年举措及成效

- 2023年茅台产区与和义兴产区实现绿电全覆盖；
- 对一级泵站设备进行节能升级改造，抽水能效提高30%；
- 开展蒸馏系统冷却过程中的余热回收项目，推广后可实现对蒸馏系统60%的余热利用；
- 开展光伏发电试点，安装容量为84.8千伏安。

#### 运输和物流

##### 节能减排计划

- 通过绿色施工进行节材、节水、节能、节地；
- 通过合理规划仓库布局，提高空间利用率，采用智能仓储管理系统，实现库存精准定位和高效管理，进一步降低仓储成本和减少搬运设备运行动线；
- 使用先进的仓储设备，实现仓储、输送、分拣的自动化，突出环保理念，节能降耗，共筑“绿色仓储”；
- 通过数字化和智能化手段调度运输车辆，实施集中管理和规划，有效减少机动车的运行次数和等待时间，提高供应链的效率和质量，降低能源消耗和碳排放。

##### 2023年举措及成效

- 在贵州省内组织实施茅台玻璃酒瓶回收再利用项目试点工作；
- 2023年采购的30辆货运牵引车全部选择国六(B)排放标准的车型，同时，在酒糟运输工作中，按照“不低于20%”的标准上线运营低碳环保清洁能源运输车辆；
- 双龙物流园投建使用后，通过大数据和物联网技术应用，实时采集、监控园区能耗情况，并进行超阈值分析和异常告警，实现能耗管理可视、可诊、可控，推动节能减排。

#### 配送中心/门店运营

##### 节能减排计划

- 通过召开生态环保工作会议、开展环保专题讲座培训、多媒体播放宣传视频等形式增强员工环保意识；
- 组织员工开展问卷填写、签订“节能降碳、绿色环保”倡议书等，引导员工践行“节能减排、绿色低碳”的生活与工作方式。

##### 2023年举措及成效

- 配送中心、门店开展环保相关培训，近200家设定了节能减排计划，积极采用节能灯具、合理设定空调温度等；
- i茅台数字营销平台采取就近预约、就近提货原则，减少门店送货运输距离。



能源消耗量

指标	单位	2023 年	同比变动比率
不可再生能源消耗量	吨标煤	144,173.82	-8.05%
可再生能源消耗量	吨标煤	11,270.18	108.41%
综合能源消耗量	吨标煤	155,444.00	-4.16%
综合能源消耗强度	吨标煤 / 百万工业总产值	1.80	-15.89%

## 包材及物料管理

公司制定《产品包装材料绿色供应链实施方案》《成品酒外包装物回收管理制度》《废旧物资回收管理规定》等方案制度，建立绿色包装设计规范、选材“黑名单”等，启动实施产品外包装绿色转型，构建绿色供应链。

### 包材管理措施



#### 减量化

所有新产品设计中，在不影响产品品质和使用体验的前提下，对现有包装进行减量优化。

##### 2023年进展

2023年，公司对多种现有产品配套包材种类进行调整：

- 减少包材种类：对飞天53%vol、43%vol贵州茅台酒等部分产品更换新型防伪胶帽，并取消普通识别器和RFID箱标等配套包材，将所需配套包材数量由15种减少至13种，并对陈年茅台酒包装体积进行缩减。
- 减少纸制品用量：对53%vol500ml贵州茅台酒（珍品）、53%vol500ml贵州茅台酒（癸卯兔年）、53%vol500ml贵州茅台酒（二十四节气）等多款新产品使用烤花酒瓶取代正、背标贴。
- 减少难降解材料用量：在53%vol375ml贵州茅台酒（巽风）中取消绒布，每年可减少绒布34.41吨。

##### 2024年计划

- 以产品为单元测算全链条水足迹、碳足迹，并对包装材料生产、供应等环节水耗、能耗进行分析，确定关键节能节水降碳环节。
- 开展酒瓶减重研发项目。

#### 绿色化

公司修订并发布《新产品开发管理规定》，明确包装材料优先选用可回收、可降解、绿色环保的材料；梳理形成《包装材料技术黑名单（环保类）》《包装材料禁用限用清单》《新产品开发包装材料负面清单》，对存在质量风险及环境污染的材料进行禁用与限用规定。

##### 2023年进展

- 难降解材料替代：2023年，公司在53%vol375ml贵州茅台酒（巽风）中用竹浆纸托替代珍珠棉使用；严控新产品陶瓷酒瓶使用比例。
- 探索绿色材料应用：2023年，公司累计开展绿色环保、新材料领域研发项目共计**14项**，其中酒瓶领域**10项**、瓶盖领域**3项**、印刷领域**1项**。

##### 2024年计划

- 包材回收本地化试点。
- 生物基绿色材料应用。
- 探索窖底水、废弃酒糟等生物基绿色材料回收。



### 碎玻璃回收利用再加工

- 公司积极倡导环保理念，主动提出在产品包装中使用含有玻璃渣的玻璃制品，以支持供应商开展碎玻璃回收再加工项目，预计每年处理废玻璃酒瓶2,400-3,600万只，有效减少废弃物排放对环境的压力。



### 通过茅台物流将酒瓶、纸箱等可回收包材再循环利用

- 自2022年底，公司启动《茅台酒玻璃酒瓶回收再利用试点实施方案》。截止报告期末，空瓶回收主要在贵州省开展试点，回收空瓶总数525,547瓶。



### 包装材料绿色化研究

- 公司立项研究采用可自然降解的聚乳酸 (PLA) 材料编织红飘带。
- 纸质包装上通过采用新型环保油墨，创新优化喷涂工艺方式提升油墨的环保性、抗氧化性和稳定性。
- 积极探索生物基材料，研究去塑化可行性。



## 包装材料消耗量

玻璃酒瓶  
63,440 吨

彩盒  
28,304 吨

金属瓶盖  
1,185 吨

丝带  
76 吨

塑料瓶盖  
2,234 吨

陶瓷酒瓶  
7,243 吨

纸箱  
10,136 吨

总量  
112,618 吨

## 绿色办公

公司大力倡导员工节约用电、节约用水、低碳出行等低碳行为，持续提高节能环保意识，共创美好生态环境。

节约用纸

持续推动线上信息化管理平台的开发及使用，加快推进无纸化办公。

节约用电

科学制定用电计划，用电计入各单位生产成本考核，提高员工节能意识。

节约用水

使用中水浇灌园区绿化带，减少绿化新鲜水用量，提高员工节水意识。

低碳出行

实行车辆单双号限行，倡导公共交通出行。



### 组织节约意识培训

2023年，公司持续开展“反对浪费”“爱惜粮食”“节约用餐”等宣传活动，覆盖厂区20,000余人，积极引导员工勤俭节约，绿色生活。



所有的食物都是我们心中最完美的礼物  
All food is the most perfect gift in our hearts

节约粮食 反对粮食浪费  
机关工会宣

节约宣传海报

# 水资源管理

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国水法》等法律法规，将水资源管理纳入整体生态环境管理架构，持续开展节水工艺改造及创新，节水效益和水资源管理水平持续提升。我们制定《供应商可持续发展实施方法》，明确要求供应商实施水资源保护与循环利用，并携手供应商探索节水优化举措，协助提升用水效率，努力实现产业链全生命周期的水资源可持续利用。

公司对生产经营各环节的用水量实行定额管理。2023年，对生产和非生产所有环节用水量进行分析，挖掘节水潜力，持续优化用水目标及节水效益，并对后续取水总量、生产用水定额量及单位产品用水量均设立目标及实现路径。

### 节水总体目标：



2023年茅台产区节水目标为降低**5%**，实际降低**7.5%**；  
和义兴产区节水目标为降低**2%**，实际降低**2.5%**。

### 各环节节水措施

节水环节	节水措施	2023 年成效
 生产环节	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 独立敷设生活、绿化管网，分别计量</li> <li>• 实施管网改造，控制管网漏损</li> <li>• 开展锅炉水处理系统改造</li> <li>• 强化尾水治理及回用</li> </ul>	节水约 <b>23.2</b> 万立方米
 非生产环节	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 将中水用于绿化、清洁卫生等</li> <li>• 更换节水器具，改进用水方式，降低末端用水量</li> </ul>	节水约 <b>16.7</b> 万立方米



### 中水回用试点项目

为节约用水，提高水资源利用率，公司开展中水回用试点项目。2023年4月项目建成投用，选取一个车间使用中水替代新鲜水使用，替代范围包括卫生间、车库、绿化和清洁卫生用水，平均每月节约新鲜水700余立方米。



### 号召供应商开展节水改造

公司积极倡导水资源节约理念，支持供应商开展节水改造，推动水资源高效利用。湖南新世纪陶瓷有限公司在整体建设过程中实施了雨污分流，有效减少了废水排放量和处理量，同时建设了先进的废水处理站，通过沉淀、混凝等物理和化学方法，去除废水中的污染物，日处理废水可达1,000立方米。国瓷永丰源公司通过优化生产工艺和设备，实现生产废水“零排放”。



### 锅炉水处理工艺改造

开展锅炉水处理工艺改造试点，采用“反渗透+浓水回用”工艺，锅炉排污率从33%降低至9%。

2024年，公司将进一步推广中水回用试点项目，加大锅炉水处理工艺改造范围。



改造后的锅炉水处理车间



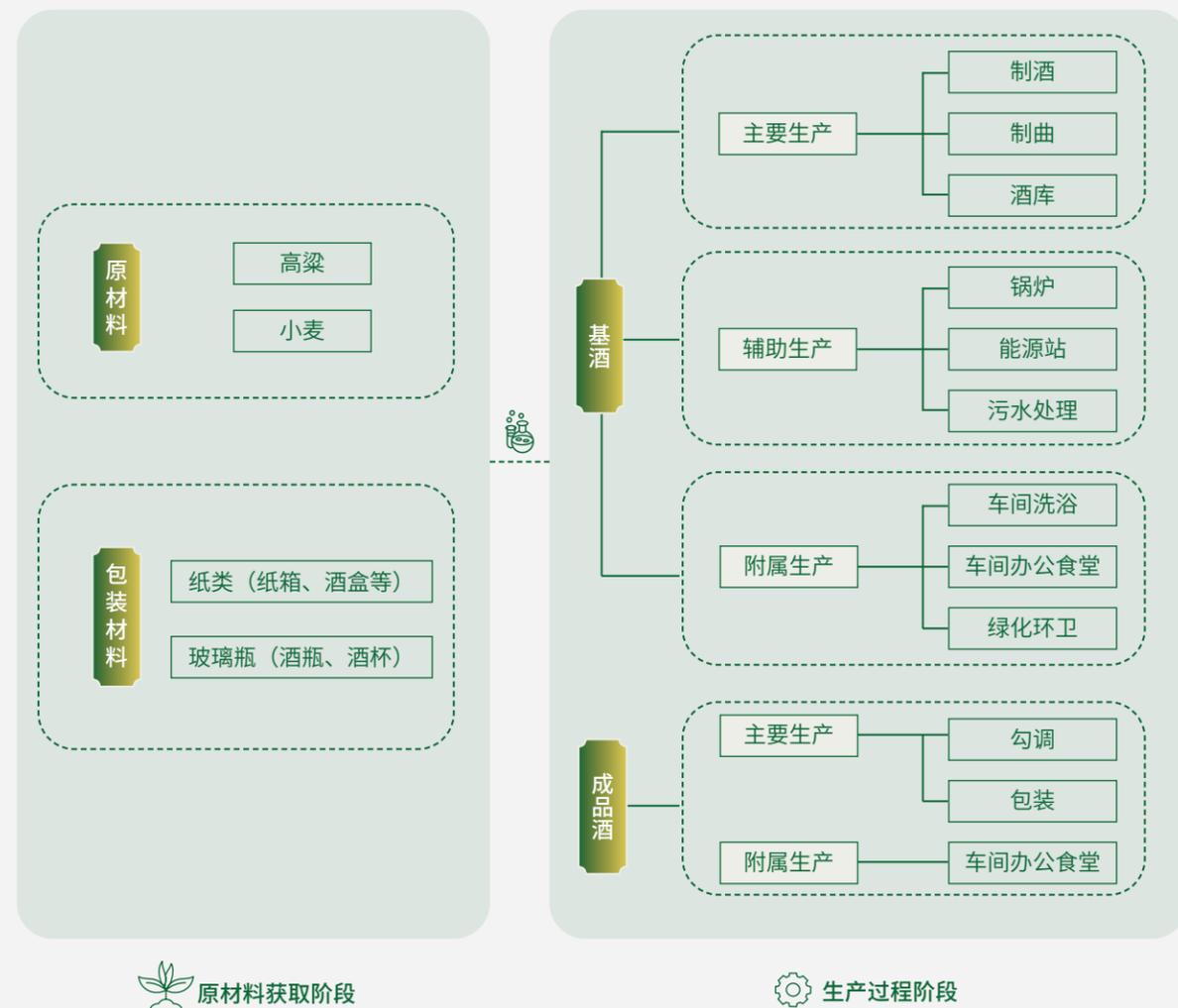
## 水压力评估

公司开展赤水河流域的水生态承载力评估，对流域内的水质及生态系统状况进行调查，建立SWAT模型对水质及微生物进行动态分析。我们通过对水中COD、DOC等指标的纵向评估，识别工厂生产对水环境的影响及风险，进一步制定针对性解决措施。

## 水足迹测算

公司不断尝试可代替水源使用和水资源回收利用，在生产中使用尾酒制作窖底水，替代新鲜水使用，并对赤水河水生态环境进行评估，分析不同采水方法对水质的影响。2023年，我们与科研机构合作，对公司主要产品开展水足迹评估。

主要产品水足迹图



水资源管理数据

指标	单位	2023年	2022年	同比变动比率
中水回用量	万立方米	19.70	19.14	2.92%
新鲜水抽取量	万立方米	658.50	701.95	-6.19%
新鲜水抽取强度	万立方米 / 百万工业总产值	0.0079	0.0092	-14.13%
总抽取水量 <sup>11</sup>	万立方米	658.50	701.95	-6.19%
水循环利用率 <sup>12</sup>	/	87.07%	82.05%	5.02%
新鲜水消耗量	万立方米	847.96	892.11	-4.95%
新鲜水消耗强度	万立方米 / 百万工业总产值	0.0098	0.0117	-16.24%
水资源消耗总量	万立方米	847.96	892.11	-4.95%
水资源消耗密度	万立方米 / 百万工业总产值	0.0098	0.0117	-16.24%

<sup>11</sup>计算方法：新鲜水抽取量+替代用水抽取量。

<sup>12</sup>计算方法：(循环量 / (循环量+取水量)) \* 100%。



# 守护生态环境

公司立足“环境护企”基本理念，推进生态产业化、产业生态化，开展生物多样性保护、水环境保护与修复，加强赤水河水源涵养、水土保持，持续厚植生态优势。

## 生态发展指数

我们建立生态发展指数指标体系衡量公司整体绿色发展水平，从自然生态、产业生态、商业生态、生态文明等4个方面、11个维度、39个指标进行综合评价，并进行绩效指标改进分析，为公司绿色发展提供努力方向。2023年生态发展指数同比提升4.63%。



## 多样性保护

2023年，公司开展茅台酒核心产区植被生态系统构建及生物多样性协同保护研究，将核心产区内地划分为公园绿地、防护绿地、广场绿地及附属绿地等区域，发现植物种类400余种，并建立了区域内影响茅台酿酒微生物生长繁殖和气候的各类乔、灌、花卉植物正负面清单。此外，我们通过对核心产区内植物多样性调查，发现产区植物种类，主要包括蕨类植物、裸子植物、被子植物等138科353属455种（含人工栽培种类）。



同时，我们持续开展微生物的多样性保护，形成酿造环境微生物高通量测序数据库框架1个、微生物检测关键技术及设备各1项，发现酿造过程及环境中有1946种微生物，其中细菌1063种，真菌883种。

## 百千万生态行

公司深入开展“百千万·生态行”环保主题活动，并形成常态化机制。围绕“百域研训、千人植树、万人排查”，组织开展环保展陈、义务植树、环保专项排查整治及环保主题培训等系列活动，营造“事事讲环保、人人做环保”的浓厚氛围。

### “百域研训” 共谋绿色发展

2023年2月，举办“百域研训”共谋绿色发展活动。通过设置展陈，对“两山”基地、生物多样性等成果进行系统展示，大力宣传绿色发展理念，进一步提升全员意识。此外，我们组织专业机构开展绿水青山就是金山银山理论与实践、绿色发展与生态环保管理等专题培训，覆盖800余人次，学习生态环保政策、发展趋势、实施路径等知识，助力提高生态环保治理能力。



参观生态环保展陈



“百域研训”现场



### “千人植树” 共筑绿色屏障

2023年2月，公司在雨水时节开展新春植树活动。高管率队到活动现场，与广大员工一同植树，用实际行动践行生态理念。本次植树共有2,300余名员工参与，共种下大叶女贞、桂花、红枫、三角梅等树苗7500余株。截止目前，公司义务植树绿化面积已达360余亩。



千人植树活动现场



### “万人排查” 共守生态底线

2023年2月，公司组织动员广大员工扎实开展生态环保排查，共勘生态盲点，重点对厂区管、沟、井、池、壁以及相关设备、设施等进行了全面排查，认真识别可能造成环境污染的因素，及时排查发现并推动解决问题，切实做到底数清、情况明，力促生态环保工作提质增效。



排查环保隐患现场

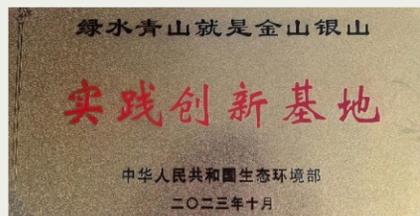
## “三生空间” 建设

公司立足“三生空间”布局，启动核心产区环境绿化专项规划，对区域内公园绿地、防护绿地、广场绿地及附属绿地等进行合理规划，有序推进核心产区生产设施周边绿化、中华生态湿地、坛茅快线生态防护林等生态修复与提升项目，增加绿地种植面积，提高园区绿化覆盖率，打造绿色生态空间。

## “两山” 建设

公司依托茅台酒地理标志保护区，设立贵州省赤水河流域茅台酒地理标志保护生态示范区（以下简称“示范区”），探索出“绿水青山”与“金山银山”双向转化的“生态+文化”模式，总结出“点绿成金、护微提效、以文铸绿、借绿兴农、创制赋能”五个典型转化路径。

2023年10月，我们获得国家级“绿水青山就是金山银山”实践创新基地荣誉称号。



贵州茅台获得“绿水青山就是金山银山”实践创新基地荣誉称号



### 点绿成金 —— “山水林土河微” 生命共同体与绿色产业协同发展模式

以整体性、系统性思维，制定“山、水、林、土、河、微”整体保护方案，多举措持续推进赤水河流域（仁怀段）生态保护修复，开展“增水、提气、保土、护微、维护生态系统平衡”五大专项工程，从达标排放管理过渡到基于生态健康河流的目标管理，积极探索人与自然和谐共生路径，以产业绿色发展推动经济社会绿色低碳转型，加快推动白酒产业绿色转型升级，优化绿色、清洁、高效的酿酒生产工艺，从而实现生态与经济共生共赢。



### 护微提效 —— 协同推进微生物资源保护与酿酒产业提质增效

建立酿造原理基础研究与微生物资源库保护体系，开展微生物多样性解析、环境要素等相关科学探索，建立行业首个白酒微生物菌种资源库，继而推动微生物的研究由“量变”到“质变”。此外，我们探索酿造微生物工程化与资源化应用，实现酿酒产业提质增效，全面布局高水平产业链，实现护生物多样性、顺自然之道的人与自然共赢发展模式。



### 以文铸绿 —— 以文化品牌引领打造“酒文旅” 融合发展模式

筑牢美丽经济发展基础，加大遗产群的综合保护力度，公司组织针对“茅酒之源”酿酒工业遗址的考古发掘工作，开展“茅酒之源”文物活化利用。我们以国家级非物质文化遗产“茅台酒酿制技艺”、国家级非遗传承人为窗口，宣传茅台的生态文化理念，展示中国酒文化的生态魅力，促进生态优势转化为发展优势，实现旅游产业发展、文化品牌建设与生态环境保护共赢。



### 借绿兴农 —— 赋能特色资源打造生态农业乡村振兴样板

充分发挥帮扶地区生态农业优势，助力乡村振兴与区域绿色发展。我们通过自有示范基地带动地方生态农业，保障自身产业链原材料供给的同时，带动当地农民就业。此外，我们以土地租金、服务外包、利润分成等模式为农民提供持续而多样化的经济收入来源，整合种植端、生产端、销售端的全产业链，将地方特色产业融入自身产业链，培育打造特色区域生态品牌，提高产品附加值，打造形成生态与发展同频共振的发展模式。



### 创制赋能 —— 紧握体制机制创新密钥保障“两山” 转化

全面把握“顶层稳、科技兴、人才强”的核心战略思路，探索形成了“制度融入+科技创新+人才培养”相协同的创新体制机制模式。在管理制度上，构建了集“上层建制度、中层定考核、下层制规程”三位一体的生态环境管理体系机制，以高水平生态环境保护促进高质量发展，着力高标准开展赤水河流域（仁怀段）生态环境保护，打造赤水河流域生态环境保护与白酒酿造高质量发展的示范样板。

# 04

## 富美韵

### 美好生活共创未来

贵州茅台始终致力于同相关方构建和谐共生、和合共进、和美共荣的美好格局，打造利益共同体、情感共同体和命运共同体。与员工同心同向，共创“幸福茅台”；与上下游风雨同舟，共兴产业生态；与社会携手共进，共践责任担当，为世界更加美好持续贡献更多力量。



- 共创幸福茅台 ○
- 共兴产业生态 ○
- 共践责任担当 ○

## 共创幸福茅台

公司践行“员工是最宝贵的财富，人才是最宝贵的资源”的人才观，围绕“引育用留”全链条、各环节建立完善的招聘、成长、薪酬和福利保障体系，打造平等包容职场，守护职业健康安全。

公司落实《“幸福茅台”提升职工生活品质试点2023年工作实施方案》，深入实施“幸福茅台”工程，从工作环境改善、职业健康管理等六个方面发力，持续维护员工权益，提升员工获得感、幸福感。

## 合规与平等

我们坚持以人为本的理念，切实保障员工权益，健全薪酬福利体系，建立广阔的人才发展平台，致力于打造多元、平等、包容的工作环境。

### 合规雇佣

公司严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，持续完善《员工招聘管理办法》等制度，依法与员工订立、履行、变更、解除或终止劳动合同。我们坚持同工同酬，尊重员工权益，避免各环节针对地域、民族、宗教和怀孕等的歧视行为，杜绝任何形式的强制劳动和招录童工。

## 民主管理

公司完善《职代会管理办法》《基层单位职代会管理办法》等制度，发挥职工代表大会民主管理和监督作用，积极维护员工知情权、参与权和监督权。每年度，公司召开职工代表大会，定期召开团长联席会，研究讨论涉及职工切身利益的重大事项。2023年征集提案97件，通过分类研究、持续跟踪、高层领题督办，年内已全部办结。

我们坚持“平等、坦诚、互信”的沟通理念，完善上下互通的沟通机制，打造平等、包容的工作环境。2023年，我们持续通过“同事吧”、“董事长直通车”、调研座谈、问卷调查等方式了解员工诉求，收集员工建议并妥善处理。其中，通过座谈、问卷收到员工意见建议600余条；研究处理“同事吧”关于食堂管理、工资奖金、公务车运行、车辆停放、社保福利等涉及员工切身利益事项超400项；回复、办理“董事长直通车”平台涉及职工福利待遇相关事项45件。

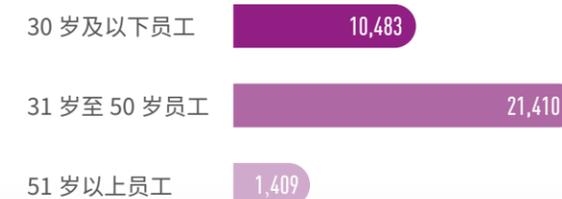
2023年员工人数

员工人数 **33,302**人

按性别划分的员工人数（单位：人）



按年龄划分的员工人数（单位：人）



## 成长与发展

为实现公司战略目标与员工职业价值双赢，公司搭建管理、职能、技术、技能、营销五大职业发展通道，提供完善的培训体系和激励计划，助力全体员工职业发展。

### 人才发展

公司成立党委人才工作领导小组，统筹人才成长发展工作，深化“工匠八步”培育体系和“四项计划”培养计划，持续完善员工培训和晋升机制，提升人才当量密度。2023年公司技术技能人才当量密度0.96<sup>13</sup>。



**“工匠八步” 人才培育体系**

- 入职培训 —— “入炉”
- 岗位练兵 —— “熔炼”
- 技能认定 —— “冶炼”
- 师带徒 —— “锤炼”
- 骨干培养 —— “精炼”
- 优秀班（组）长 —— “淬炼”
- 茅台工匠 —— “升华”
- 技术职务 —— “百炼成钢”



**“四项计划” 人才培养计划**

- 领军人才“首席计划”：培育忠实企业战略、引领公司未来研发与生产、酿造技艺精湛的领军人才
- 酿造人才“传承计划”：在酿造、品评、酒体设计等重点领域着力培养造就一批优秀后备人才
- 青年人才“杰青计划”：培养具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新能力和社会责任感的企业管理人才
- 经管人才“培优计划”：在自然科学、工程技术、数字信息化等科技创新领域着力培养造就一批优秀科技创新后备人才



<sup>13</sup>技术技能人才当量密度是公司特色指标，指学历、职称、技能等级加权值/员工数。

我们依托“四位一体”教育培训体系，充分利用职工培训学校、茅台学院、线上学习平台等资源，分类施教，促进员工学习成长。制定《职业技能等级认定及聘任管理办法》《专业技术人员职称评聘管理办法》等系列制度，搭建员工提升学历、职称通道。

同时，我们鼓励开展质量管理（QC）、小改小革、合理化建议、创新工作室等群众性创新活动，激发员工新活力。



**加强技能等级认定，推进“全员持证”**

公司制定《特级技师评聘试点方案》，评选出茅台首批特级技师10名。

公司“全能匠人”竞赛获省人社厅批准，升级成为省级二类竞赛，并评选出12位全能匠人。

任金素技能大师工作室获得人社部国家级技能大师工作室备案。

向省人社厅申请新增2种自主认定职业（工种），总数达21种，基本实现技能等级认定“全覆盖”。

2023年办理员工学历认证备案256人。

我们根据价值链分析方法，设置338个岗位，横向划分为5大序列30个子序列。其中，单列技术与技能序列，更好地培养酿造专业化队伍，把销售序列授权给销售类子公司提档升级管理，并打通薪酬、绩效、职级等模块的衔接，有效促进员工职业发展。



“92后”品评后备人才综合素质提升培训

### “工匠八步”部分成果

- ▶▶ **岗位练兵**: 2023 年开展“新兵练”“老兵练”“骨干练”“专项练”等共计 2.2 万余场次;
- ▶▶ **技能认定**: 2020 年以来, 共组织近 2 万人次参加初中高级酿造工、技师、高级技师的职业技能认定考核;
- ▶▶ **师带徒**: 广泛开展“师带徒”活动, 2023 年结对 169 对, 累计出师师徒 442 对 (公司级);
- ▶▶ **优秀班 (组) 长**: 自 2020 年以来, 已评选两届“金牌班 (组) 长”, 共 183 人;
- ▶▶ **茅台工匠**: 自 2019 年以来, “茅台工匠”已评选三届, 共 207 人;
- ▶▶ **技术职务**: 自 2016 年来, 茅台酒酿造系列技术职务每两年聘任一次, 共聘 255 人次。

### 2023 年培训成果展示

- 2023 年, 公司组织开展线下各类培训**428**期, **66,399**人次参与, 线上培训平台开通学习账号**22,567**个, 人均学习**56**课时。员工培训覆盖率**98%**, 员工人均培训时长**43**小时。
- 其中, 多渠道开展全面领导力培训项目, 线下共开展**63**次, **6,562**人次参与, 学习时长**911**小时。线上领导力培训课程, 如卓越领导力-与团队共创卓越、6E领导力模型构建等, **537**人次参学, 有效时长超**1,000**小时。



### 内部师资队伍建设

2023 年, 公司聘任首届内培师 48 人, 邀请专业机构开展内培师专业理论知识、经验萃取、授课技巧等培训, 持续加强内部师资队伍建设。



2023 年, 公司聘任首届内培师

**48** 人



首届内培师聘任仪式



### 专项人才培养

2023 年, 公司开展“首席计划”“传承计划”第三轮、第四轮专题培训, 全面提升生产质量管理。邀请江南大学、贵州大学、茅台学院优秀讲师以及公司领导授课, 提升专项人才专业能力。



专项人才培养现场



### “茅台杯”中国白酒酒体设计大赛

2023 年 9 月, 公司承办首届“茅台杯”中国白酒酒体设计大赛, 来自全国 22 个省市自治区的 67 家酿酒企业、150 多名选手齐聚一堂, 切磋技艺、互学互鉴。公司员工包揽酱香型白酒竞赛的一、二、三等奖。



领导嘉宾与参赛选手合影

## 人才留用

公司制定一系列制度，积极落实个性化留人举措，营造浓厚爱才、敬才、礼才氛围，从物质、精神、价值追求多维度赢得和留住人才。

维度	留才措施	制度机制
待遇留人	位居行业前列的员工薪酬 丰厚的福利待遇	《员工薪酬管理办法》等
	科技创新成果激励	《科技创新成果评选管理办法》等
事业留人	畅通的职业发展通道 专业人才培养机制 公开公平人才学习成长竞争机制	《中级管理人员管理办法》 《员工培训管理办法》等
	王莉技能大师工作室、陈坚院士工作站等 8 个创新创效平台	《创新工作室管理办法》等
感情留人	茅台“春分”科技创新和人才工作会议 谷雨“人才日” 秋分“工匠日”等	《茅台人才日活动实施方案》 《茅台工匠日活动实施方案》等
	党委领导联系专家人才 建立人才服务联络机制	《党委联系专家人才实施方案》
	办理省级、市级优才卡、人才服务绿卡	《高层次人才绿卡申报指南》
价值留人	座谈会、走访慰问 读书会、运动会、疗休养 健康管理 住房保障等	《职工健康体检管理标准》 《党委联系服务专家、党外代表人士工作方案》 《幸福茅台三年规划方案》
	成果运用、有为有位、合理化建议被采纳等 技术辅导工等职业发展路径	《合理化建议管理办法》 《技术辅导工任用条件及管理办法》等
	茅台杰出人才 茅台劳模 茅台工匠 最美劳动者等榜样典范	《茅台杰出人才奖评选管理办法》 《茅台工匠评选管理办法》 《表彰奖励优化设置方案》等
	返聘退休技能人才	《技术技能人才返聘管理规定》等

## 权益与福利

公司高度重视员工福利与员工关怀，建立健全福利保障体系，为不同员工群体提供个性化支持，积极开展文体活动，营造温馨和谐的工作氛围。

### 福利待遇

我们为全体员工缴纳养老保险、医疗保险等社会保障资金，建立企业年金制度，并购买人身意外伤害综合保险及补充医疗保险。严格遵照《假勤管理办法》，执行法定工作时间和休息休假制度，保障员工法定假期以及育儿假、哺乳假、陪护假、产期护理假等福利假期。此外，为全体员工提供免费工作餐，安排通勤班车，不断完善人才住房，为员工提供全方位保障。

2023年，和义兴酒业分公司建立人才公寓，可解决约2,400人次房屋周转居住问题。

### 个性关怀

我们充分识别影响员工权益的关键因素，制订各种保障措施，为不同类别员工提供个性化支持。

- 女性员工**

根据《女职工特殊权益保护专项集体合同》，保障女性员工薪酬、假期、晋职晋升、特殊五期保护等权益。为女性员工购买安康保险、生育保险，组织女性员工进行妇科检查和宫颈癌、乳腺癌筛查等身体健康检查，并设置产检假、育儿假。建设“女职工之家”，设立哺乳室、孕妇停车位，发放女性特殊时期卫生用品。2023年为全体女职工发放劳保用品，组织开展亲子活动、手工制作、主题阅读等关爱女性员工活动，有效提升女性员工幸福感。
- 青年员工**

职业通道 & 职业规划、未婚青年员工联谊会、各类兴趣小组以及结婚慰问、生育慰问等。
- 驻外员工**

22+8 休假模式、探亲假、夫妻原则上仅一人驻外等。
- 生病员工**

病期慰问，互助基金、爱心基金等。
- 退休人员**

重阳“老人节”、春节慰问，个性化免费健康体检，各类文化、娱乐、体育活动等。

## 文体活动

公司通过丰富文化体育活动，倡导健康生活方式，增进员工交流合作，致力于保障员工工作生活平衡，持续提升员工凝聚力和满足感。

本年度，员工各类兴趣小组，包括文体社团、英语学习小组等共333个，参加员工达5,884人，举办文体活动822场次，打造员工“八小时外”健康生活圈。



### 歌舞诗乐，魅力茅台：第七届职工文化艺术节

举办第七届职工文化艺术节，涵盖歌舞、器乐、朗诵、工间操、征文、创意设计等各种形式，职工共计10,000余人次参赛，打造了青春活力、积极向上的企业氛围。



第七届职工文化艺术节



### 强体魄，健身心：公司开展各项体育活动

组队参加“遵义市第二届职工运动会”并获得男子篮球冠军及男子5人制足球冠军，参加“羽毛球赛交流活动”，共同营造健康积极、明德向善、昂扬向上的良好氛围。



遵义市第二届职工运动会



通过第三方线上问卷匿名方式，每年度开展员工满意度、敬业度和企业文化认同度调查。2023年，员工满意度达87分，敬业度达93.5分，企业文化认同度达94.8分。通过数据交叉分析，2023年员工契合度达91.8分，较2022年进一步提高。

2023 年员工流失率 < 1%

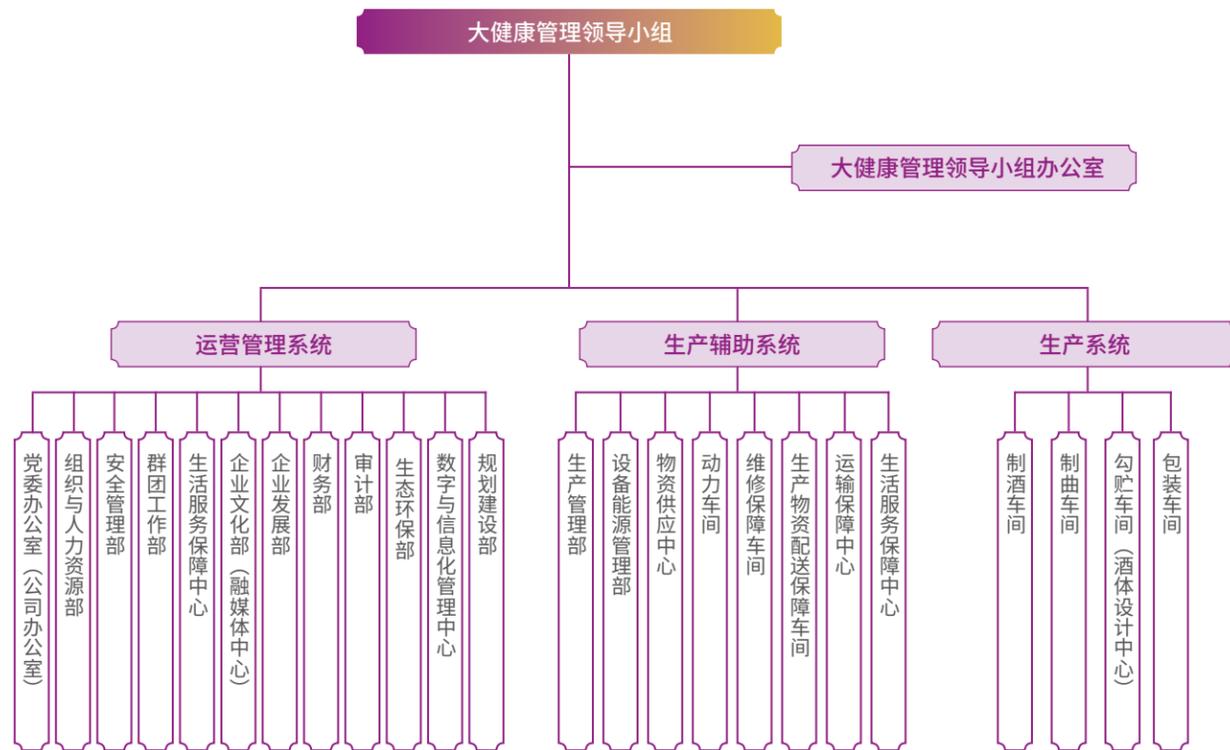


# 健康与安全

公司高度重视员工职业健康与安全，持续完善职业健康安全管理体系，为员工提供健康安全的工作环境，有效保障员工健康权益。

## 健康与安全体系

公司根据《职业病防治法》《工作场所职业卫生监督管理规定》等法律法规，制定《职业健康管理制度》，持续完善员工健康与安全管理架构，成立由公司高层直接领导的员工大健康管理领导小组，统筹健康与安全战略和绩效管理，健全员工大健康组织管理体系及服务保障体系。由公司总经理牵头并推动健康与安全的战略和绩效管理。



职业健康与安全管理架构

## 健康与安全举措

报告期内，经过中国质量协会外部审核确定，公司职业健康安全体系无重大不符合项，体系运行有效。公司通过 ISO 45001:2018 职业健康安全管理体系认证，覆盖贵州茅台酒、酱香系列酒生产及销售。

公司还将职业健康与安全拓展到相关方，在供应商准入标准中明确要求重要物资供应商、劳务外包类供应商具有职业健康安全管理体系认证。

我们制定职业健康与安全年度管理目标及实施方案，积极落实安全责任制，员工签订《安全生产和消防目标责任书》覆盖率100%，实现责任全覆盖，并将安全目标与员工绩效挂钩。

公司贯彻落实国家、省、市相关文件要求，争创“健康企业”“职业健康达人”，荣获省级“健康企业”称号、2名员工获得“职业健康达人”称号。



职业健康安全管理体系认证证书

**2023 年安全目标及目标达成情况**

2022年安全目标：  
0起重大安全生产事故数

大于等于94%员工安全培训率

大于等于94.5%隐患整改及时率

2023年目标进展情况：

0起重大安全生产事故数

100%员工安全培训率

100%隐患整改及时率

2023年，公司通过数据分析发现，和义兴酒业分公司工伤总数较上年同比减少，但扭伤起数同比有所增加，大部分发生在新员工群体。为此，我们一方面强化安全教育培训，组织开展安全生产“三级”教育，聘请医疗专家普及扭伤机理，讲解切实可行的防扭伤知识要点。另一方面，引入动作捕捉等先进技术，开展科研项目，研究如何帮助员工科学发力，加强劳动保护的同时，进一步提升动作规范性。该项工作成效显著，后续新员工扭伤情况明显减少。



### 员工心理健康关爱活动

公司在线上平台开通“心灵之约”公众号，全年发布心理健康知识相关信息34次；印制《心理健康素养十条》3,000余册，发放至基层工会和班组进行学习；全年为90余名员工提供心理健康咨询服务。



### “健康小屋”试点建设

围绕职工健康问题和需求，从健康知识普及、健康自检、保健理疗、心理关爱等方面为员工提供多学科联合模式 (MDT) 的职工预防保健服务，打造“工会在身边、健康每一天”服务模式。

### 个性化职业健康保护

公司建立个性化劳保用品库，定制特殊制曲防尘口罩、开发食品级硅胶踩曲工作鞋等，改进职业健康风险因素。分年龄、车间部门、岗位工种制定个性化职业健康体检方案，保障员工身心健康安全。

## 安全生产教育培训

公司依据《安全教育培训管理规定》《安全教育培训大纲任务清单》，开展各类安全教育培训，组织安全文化活动，进一步提升员工安全生产意识和安全技能水平。

广泛开展主题为“人人讲安全、个个会应急”的“安全生产月”系列活动，员工安全意识日益增强。开展危险作业、风险辨识与管控、整改施工安全、应急等专题和二、三级安全培训共计1,679场，共计4.5万人次参与，安全教育培训覆盖率100%。同时，全面提升安全管理队伍专业素质和工作能力，2023年，共计416人取得安全管理资格证书。

2023年度，公司安全生产投入3.5亿元。



共计取得安全管理资格证书

416 人



公司安全生产投入

3.5 亿元



### 落实特种作业“持证上岗”

公司落实特种作业“持证上岗”机制，组织特种作业、特种设备作业、危险货物运输等从业人员完成培训、考核、取证及复审1,558人次，持证上岗率达100%。



安全管理知识专题培训会



安全生产消防管理知识培训



消防技能专题培训会



危险化学品安全管理专项培训



应急技能专题培训会



安全生产标准化专题培训

### 2023 年安全生产数据



因工重伤率

0%



因工伤率

0.55%

同比下降

10.86%

# 共兴产业生态

公司致力于打造现代化产业生态圈，与产业链上下游共商共建、共享共治，持续构建“三个共同体”。

## 构建供应链生态

公司秉承“供以‘质’胜、‘应’为伙伴、‘链’接现代”的管理理念，打造“六大供应链”，不断健全供应商管理体系，推动供应管理实现从“商”到“链”，从“链”到“圈”的拓展升华，打造坦诚互信、长期稳定、合作共赢的可持续供应链。

**打造“六大供应链”**

- 原辅料供应链
➤
建设品种优质、种植先进、储运现代的原辅料供应链
- 包贮供应链
➤
建设设计专业、质量过硬、绿色环保的包贮供应链
- 工程供应链
➤
建设规划一流、设计科学、品质卓越的工程供应链
- 服务供应链
➤
建设服务专业、思维领先、成效卓著的服务供应链
- 设备供应链
➤
建设渠道稳定、研发高效、运维有力的设备供应链
- 数字供应链
➤
建设技术领先、创新领跑、全域协同的数字供应链

## 加强供应商管理

公司持续完善《供应商管理办法》《采购管理办法》《供应商关系管理规定》等制度，遵循可持续采购原则，分别从前、中、后三个阶段开展供应商可持续性准入管理、履约管理和关系管理，大力推进“链长制”，逐步实现由“采购管理”向“供应链管理”、由“交易型采购”向“战略生态构建”的转变。

供应商准入管理

- 依据《采购管理办法》，从技术、质量、服务与资质等方面对供应商开展综合评估，由法律合规部统一审核采购文件，并根据项目需要组织考察小组进行现场审核。
- 明确要求供应商提供质量、环保、职业健康、食品安全等相关资格认证文件，确保其具备良好资质与实力。
- 对供应商可持续性相关信息开展调研、收集与核查，确认供应商是否满足可持续要求。
- 编制招标文件时，明确列出供应商可持续性的要求。
- 制定19项供应商准入标准，并对重要物资供应商实施资质、能力、现场三级评估。

供应商履约管理

- 对供应商可持续性风险、行为准则、风险应对措施、绿色指标达成情况开展持续监控。
- 将可持续性指标纳入供应商年度履约考核中，作为供应商年度绩效评价、分类分级重要依据。

供应商关系管理

- 采取定期会谈、帮扶、激励等方式，提升供应链可持续性。
- 实施分类分级管理，将供应商分为战略级、保障级、竞争级。2023年，评定战略级18家、保障级196家、竞争级218家。
- 加强战略级供应商培育，充分发挥战略供应商专家团队理论技术优势，开展技术攻关、交流互访、培训授课，在数字化发展、产品技术创新、绿色低碳环保等领域共同研发、共建标准等。

2023 年供应商管理情况

指标	单位	2023 年数据
合作供应商数量	个	432
供应商年度审核比例	%	100%
累计培训供应商数量	家	763
供应商履约评价优良率	%	91%
供应网保障指数	/	87.3



## 携手可持续发展

公司关注供应商可持续发展，调整优化《供应商行为准则》，围绕员工权益、职业健康与安全、环境保护、商业道德与诚信四大可持续发展主题，强化供应商可持续管理。

### 员工权益

公司要求供应商承诺维护员工权益，确保遵守国际劳工组织（ILO）和联合国全球契约（UNGC）规定，创造体面工作条件，并覆盖所有员工。

### 职业健康与安全

公司要求供应商应提供并维护安全的工作环境，将良好的健康和安全管理实践融入其业务，包括遵守劳工安全法规、开展安全培训、提供员工防护、管理职业伤害和职业病等。

### 环境保护

公司优先与环境友好型企业建立合作关系，倡导绿色发展，完善《包装材料技术黑名单（环保类）》，着力从产品设计端降低环境污染风险。同时，要求供应商建立适当的管理体系和治理框架，以评估环境风险，实施适当的控制措施以减轻影响，保持对环境负责的商业惯例。

### 商业道德与诚信

公司坚持“依法、依规、依纪”原则，制定《物资供应业务经营活动打招呼登记备案制度》《物资供应廉洁从业禁止性规定》《采购廉洁从业禁止性规定》等规范文件，将廉洁管理相关内容纳入供应商考核范围。2023年，廉洁采购原则覆盖供应商比例为100%。

## 深化供应商交流

公司畅通与供应商交流渠道，大力开展“质量”“保障”双提升行动，举办各类培训交流会议，利用自身资源优势给予供应商全方面的支持，助力高质量发展。

### 供应商质检

对20家重要包材供应商开展驻厂检验前移和质量提升帮扶，供应商的供货合格率和质量管控水平得到有效提升。

### 供应商培训

公司共开展供应商座谈会、培训会38次、质量分析会15次，做到质量问题早发现、早沟通、早处理。

### 供应商支持

公司对26家质量指标上升的供应商实行通报表扬和订单倾斜，激励金额达4,288.38万元；全年共计投入2.15亿元用于供应商基地扶持。

### 供应商满意度

2023年供应商满意度97.6分，连续三年超过95分，分析梳理供应商感知反馈和需求期望意见建议300余件，91%的意见建议转化为工作措施和新的研发课题。



## 建强经销商队伍

我们携手经销商深耕市场，以“五合营销法”为引领，推动市场工作提质增效；积极与经销商分享行业咨询并提供专项培训，提高经销商服务能力，并通过考核评价促进经销商提升核心竞争力，增强渠道忠诚度、适配度，形成强有力的战略合作联盟。



## 共践责任担当

我们深入践行“大品牌大担当”的责任理念，大力支持贵州茅台公益基金会，结合UNSDGs制定公益计划，丰富公益品牌矩阵，汇聚更多向善之力投身社会公益、产业带动和乡村振兴，多措并举助力美好生活万家共享。

## 坚持至善向美

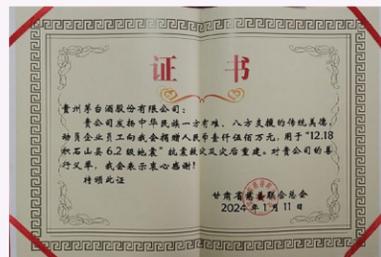
我们永葆履行社会责任初心，矢志不渝投入公益活动，在推动中国式现代化建设和实现共同富裕进程中展现更大的茅台担当。2023年，我们依托贵州茅台公益基金会，联动相关方及社会资源，统筹实施公益项目，让公益事业惠及更大范围、更多领域、更广人群。我们高度关注、积极响应社会需求，链接多方资源扶危济困，让温暖浸润人心。





### 甘肃临夏州积石山县地震捐款

2023年12月18日，甘肃临夏州积石山县发生6.2级地震。公司第一时间启动救灾响应，向甘肃省慈善联合总会捐赠1,500万元，同时甘肃、四川、河南的茅台经销商分别向甘肃省慈善联合总会、青海省慈善总会合计捐赠400万元，共同帮助用于受灾地区的紧急救援物资保障及灾后恢复与重建工作。



捐款证书



### 公益助学圆梦

2012年以来，我们携手中国青少年发展基金会发起“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动，已连续开展12年，累计捐资超12亿元，精准资助23万余名学子从“家门”走进大学“校门”，成为新时代国家慈善攻坚助学育人品牌的标志性、引领性项目。“中国茅台·国之栋梁”已成为国内爱心助学活动中捐资金额最大、受助人数最多、覆盖面最广、影响力最深远的一项公益活动，并于2013年、2018年、2023年分别荣获中国公益慈善领域最高政府奖“中华慈善奖”。



公益助学活动

## 助力乡村振兴

公司围绕“守底线、抓发展、促振兴”，精准聚焦帮扶任务，聚焦基础设施建设、产业发展、教育帮扶等方面，深入实施消费帮扶、美丽乡村建设、乡村人才培育等举措，推动“一村一方案”落地见效。2023年乡村振兴总投入5,170万元，乡村振兴惠及人数50,000余人。

我们积极协助开展乡村教育提升工作，通过学业资助、人才帮扶、技能培训及提供岗位等方式提升乡村人才素质，激发乡村振兴内生动力。

2023年乡村振兴直接总投入

5,170万元

乡村振兴惠及人数

50,000余人



### 人才帮扶

与赤水市、播州区开展实施干部挂职计划，开辟人才培养新途径，派遣多名杰出干部常年深入一线进行实地帮扶和支持。

### 技术培训

开展特色农业种植等技术技能培训，开展帮扶区域技术培训239期，累计培训基层干部、专业技术人次8,000余人次。



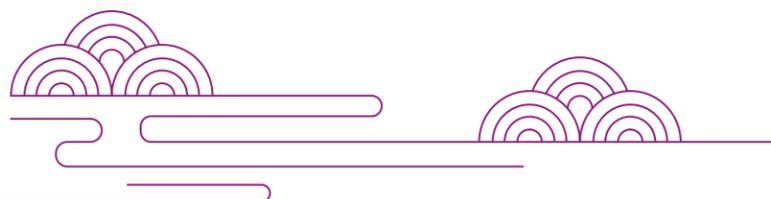
### 黔货出山

公司积极推动产销衔接，借助“茅粉嘉年华”等平台，帮助道真等地农特产品展示和销售，拓宽农特产品“黔货出山”展销渠道。



### 美丽乡村建设

开展“六一”等节日走访慰问活动，向结对帮扶村学校捐赠学习用品、体育用品，协调江西经销商联谊会捐赠34.5万元改善平模小学食堂、多媒体教室等基础设施。



## 强化产业带动

公司秉持诚信合规经营，深入贯彻落实习近平总书记关于“三农”工作的重要论述，紧扣主责主业，发挥产业优势，深入实施“五个一”工程，支持以原料、包材为代表的配套产业发展壮大，促进就业，带动地方经济发展。



## 基地扶持

我们发挥白酒产业资源优势，推行“公司+政府+平台公司+合作社和农户”高粱基地管理模式，助力茅台酒用高粱示范基地建设，为原料基地农户免费提供绿肥种子和有机肥，开展高粱种植知识专题培训，加大农作物有机认证投入，持续提高原料种植标准。2023年种植420平方千米，收储14.14万吨，带动12万户农户增收致富。



## 支持配套产业入黔

我们通过牵线搭桥、政策推介，鼓励原料供应商在茅台周边建立中转仓库、包材企业落户贵州建厂，带动地方经济发展，解决3,800人就业。2023年3家入黔包材供应商由贸易型转变为生产型，5家供应商在茅台周边设立中转库房。



## 海外履责同行

公司高度关注全球发展，积极回应国际社会需求与期待，携手国际渠道商积极参与国际公益事业，致力于为构建人类命运共同体贡献茅台力量，展示中国企业良好形象。

## 开展孤儿院“六一”捐赠活动

2023年，我们携手渠道商开展了孤儿院“六一”捐赠活动、开展莫桑比克医疗队送慰问等公益活动6项，金额共计46.9万元。



# 未来展望

2024年，我们将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻新发展理念，持续走好以茅台美学为价值内涵的“五线”高质量发展道路，以“美无止境，我无止境”的追求和“创美奋进”的姿态，携手相关方全面全域践行ESG，推动茅台高质量发展、现代化建设再上新台阶、实现新跨越。



# GRI Standards 内容索引

披露项	披露位置
<b>GRI 2: 一般披露 2021</b>	
2-1	组织情况 P6
2-2	组织可持续发展报告中所涵盖的实体 P1
2-3	报告周期、频率和联系方式 P1
2-6	活动、价值链和其他商业关系 P102-106
2-7	员工 P88-89
2-9	治理结构与构成 P20-21
2-10	最高管治机构的提名与选择 P22
2-11	最高管治机构主席 P4-5
2-12	最高管治机构在监督管理影响中的角色 P16-17
2-13	管理影响责任的授权 P12-13
2-14	最高管治机构在可持续发展报告方面的作用 P12-13
2-16	重要关切问题的沟通 P16-17
2-17	最高管治机构的集体认识 P12-13
2-18	最高管治机构的绩效评估 P22
2-19	报酬政策 P22
2-20	决定报酬的过程 P22
2-22	可持续发展战略的声明 P13
2-25	纠正负面影响的流程 P27
2-26	寻求建议和提出关切问题的机制 P14-17
2-27	遵守法律法规 P23-26
2-28	协会的成员资格 P44

披露项	披露位置
2-29	利益相关方参与的方法 P16-17
2-30	集体谈判协议 P89
<b>GRI 3: 实质性议题 2021</b>	
3-1	识别实质性议题的流程 P15-16
3-2	实质性议题列表 P15-16
3-3	实质性议题管理 P15-16
<b>经济</b>	
<b>GRI201: 经济绩效 2016</b>	
3-3	管理方法 P20-29
201-1	直接产生和分配的经济价值 P6
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇 P60-62
201-3	义务性固定福利计划和其他退休计划 P88-89
<b>GRI203: 间接经济影响 2016</b>	
3-3	管理方法 P109
203-1	基础设施投资和支持性服务 P109-113
203-2	重大间接经济影响 P109-113
<b>GRI204: 采购实践 2016</b>	
3-3	管理方法 P102-105
<b>GRI205: 反腐败 2016</b>	
3-3	管理方法 P24-25
205-1	已进行腐败风险评估的运营点 P24-25
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训 P24-25

披露项	披露位置
<b>GRI206: 不当竞争行为 2016</b>	
3-3 管理方法	P26
<b>环境</b>	
<b>GRI301: 物料 2016</b>	
3-3 管理方法	P74-76
301-2 所使用的回收进料	P74-76
301-3 回收产品及其包装材料	P74-76
<b>GRI302: 能源 2016</b>	
3-3 管理方法	P74
302-1 组织内部的能源消耗量	P74
302-3 能源强度	P74
302-4 减少能源消耗量	P74
302-5 降低产品和服务的能源需求	P72-73
<b>GRI303: 水资源与污水 2018</b>	
3-3 管理方法	P69, 78-81
303-1 组织与水（作为共有资源）的相互影响	P78-79
303-2 管理与排水相关的影响	P69
303-3 取水	P81
303-4 排水	P69
303-5 耗水	P81
<b>GRI304: 生物多样性 2016</b>	
3-3 管理方法	P82-85

披露项	披露位置
304-1 组织所拥有、租赁、在位于或临近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点	P82-85
304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	P82-85
304-3 受保护或经修复的栖息地	P82-85
<b>GRI305: 排放 2016</b>	
3-3 管理方法	P69-71
305-5 温室气体减排量	P64
305-7 氮氧化物 (NOX)、硫氧化物 (SOX) 和其他重大气体排放	P70
<b>GRI306: 废弃物 2020</b>	
3-3 管理方法	P71
306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	P71
306-2 废弃物相关重大影响的管理	P71
306-3 产生的废弃物	P71
306-4 从处置中转移的废弃物	P71
306-5 进入处置的废弃物	P71
<b>GRI308: 供货商环境评估 2016</b>	
3-3 管理方法	P78-79, 103-105
308-2 供应链对环境的负面影响以及采取的行动	P105
<b>社会</b>	
<b>GRI401: 雇佣 2016</b>	
3-3 管理方法	P78-79
401-1 新进员工和员工流动率	P97

披露项	披露位置
401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利	P95
401-3 育儿假	P95
<b>GRI402: 劳资关系 2016</b>	
3-3 管理方法	P88
<b>GRI403: 职业健康与安全 2018</b>	
3-3 管理方法	P98
403-1 职业健康安全管理体系	P98
403-2 危害识别、风险评估和事件调查	P99
403-3 职业健康服务	P100-101
403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通	P100-101
403-5 工作者职业健康安全培训	P100-101
403-6 促进工作者健康	P98-101
403-7 预防和减轻与商业关系直接相关的职业健康安全影响	P99-101
403-8 职业健康安全管理体系适用的工作者	P99
403-9 工伤	P101
403-10 工作相关的健康问题	P99-101
<b>GRI404: 培训与教育 2016</b>	
3-3 管理方法	P90
404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	P92
404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	P90-93
404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	P90-94

披露项	披露位置
<b>GRI405: 多元化与平等机会 2016</b>	
3-3 管理方法	P88
405-1 管治机构与员工的多元化	P22, 88-89
<b>GRI406: 反歧视 2016</b>	
3-3 管理方法	P88
406-1 歧视事件及采取的纠正行动	P88
<b>GRI407: 结社自由与集体谈判 2016</b>	
3-3 管理方法	P89, 96
<b>GRI408: 童工 2016</b>	
3-3 管理方法	P88
<b>GRI409: 强迫或强制劳动 2016</b>	
3-3 管理方法	P88
<b>GRI413: 当地小区 2016</b>	
3-3 管理方法	P109-113
413-1 有当地小区参与、影响评估和发展计划的运营点	P109-113
<b>GRI416: 客户健康与安全 2016</b>	
3-3 管理方法	P36-37
416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	P37
<b>GRI417: 营销与标识 2016</b>	
3-3 管理方法	P46-51
417-1 对产品和服务信息与标识的要求	P46-51

# ESG 政策与法律法规

章节	法律法规	内部制度
01 讲美行 - 守正经营优化治理		
优化公司治理	《公司法》	《公司章程》 《股东大会议事规则》 《经理层成员业绩考核办法》 《经理层成员薪酬管理办法》
规范公司行为	《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易》 《反垄断法》 《反不正当竞争法》 《监察法》 《反洗钱法》 《信访工作条例》 《纪检监察机关处理检举控告工作规则》	《董事会风险与合规管理委员会议事规则》 《合规管理办法》 《内部控制管理手册》 《安全生产合规指引》 《劳动用工合规指引》 《关联交易决策制度》 《全面风险管理办法》 《供应商行为准则》 《反垄断合规指引》 《反不正当竞争合规指引》 《生态环境保护合规指引》 《员工违规违纪违法行为处理办法》 《五金低耗供应商管理细则》 《谷壳、稻草供应商管理细则》 《员工行为负面清单》 《公司党委关于进一步加强对“一把手”和领导班子监督的若干措施》 《工程项目建设廉洁从业禁止性规定》 《采购廉洁从业禁止性规定》 《物资供应廉洁从业禁止性规定》
信息安全与隐私保护	《个人信息保护法》 《网络安全法》 《数据安全法》	《信访工作管理办法》 《网络与信息安全管理办法》 《数据安全管理办法 ( 试行 ) 》 《个人信息保护管理规定 ( 试行 ) 》 《数据安全管控分类分级实施指南》

章节	法律法规	内部制度
02 兴美业 - 传承创新铸就品质		
铸就卓越品质		《质量、食品安全卫生适用的法律法规及其它要求一览表》 《食品安全应急预案》 《产品召回控制程序》 《每周食品安全排查治理报告》
负责任营销	《中华人民共和国广告法》 《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》	《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》 《贵州茅台酒市场活动支持方案》 《新闻宣传管理办法》 《广告审核流程操作指南》 《广告正负面清单》 《总经销品牌 ( 产品 ) 管理办法》 《贵州茅台酒进出口有限责任公司关于“负责任营销”的政策及管理办法》 《贵州茅台酒进出口有限责任公司出口市场广告宣传及促销活动经费管理办法》 《顾客咨询投诉管理办法》 《专卖店服务用语规范》 《标准化服务手册》 《产品更换、返工管理规定》 《渗漏酒兑换管理办法》
03 具美态 - 和谐共生绿色发展		
应对气候变化	《中共中央、国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》 《2030 年前碳达峰行动方案》 《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南 ( 试行 ) 》 《温室气体核算体系：企业核算与报告准则》 《工业企业温室气体排放核算和报告通则》 《温室气体 - 产品的碳排放量 - 量化和通信的要求和指南》	《碳达峰碳中和行动方案》
绿色运营	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国突发事件应对法》 《中华人民共和国大气污染防治法》 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《中华人民共和国节约能源法》	《关于建设习近平生态文明思想实践示范基地和打造行业生态环保标杆企业总体方案》 《生态环保管理规定》 《生态环境保护工作考核管理办法》 《综合考核管理办法》 《突发环境事件应急预案》 《废旧物资回收管理规定》 《能源管理手册》

章节	法律法规	内部制度
绿色运营		《能源运行管理规定》 《能源数据管理规定》 《产品包装材料绿色供应链实施方案》 《成品酒外包装物回收管理制度》 《包装材料技术黑名单（环保类）》 《包装材料禁用限用清单》 《新产品开发包装材料负面清单》 《茅台酒玻璃酒瓶回收再利用试点实施方案》
水资源管理	《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国水法》	《供应商可持续发展实施方法》
04 富美韵 - 美好生活共创未来		
共创幸福茅台	《劳动法》 《劳动合同法》 《职业病防治法》 《工作场所职业卫生监督管理规定》	《“幸福茅台”提升职工生活品质试点 2023 年工作实施方案》 《员工招聘管理办法》 《职代会管理办法》 《基层单位职代会管理办法》 《职业技能等级认定及聘任管理办法》 《专业技术人员职称评聘管理办法》 《特级技师评聘试点方案》 《员工薪酬管理办法》 《科技创新成果评选管理办法》 《中级管理人员管理办法》 《员工培训管理办法》 《创新工作室管理办法》 《茅台杰出人才奖评选管理办法》 《茅台工匠评选管理办法》 《表彰奖励优化设置方案》 《技术技能人才返聘管理规定》 《茅台人才日活动实施方案》 《茅台工匠日活动实施方案》 《党委联系专家人才实施方案》 《假勤管理办法》 《职业健康管理制度》 《安全教育培训管理规定》 《安全教育培训大纲任务清单》
共兴产业生态		《供应商管理办法》 《采购管理办法》 《供应商关系管理规定》 《茅台经销商月度考核管理办法》 《茅台酱香酒营销有限公司经销商管理办法》

## 读者意见反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《贵州茅台酒股份有限公司 2023 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！

 **联系电话：** 0851-22386480

 **电子邮箱：** mtshzr@moutai.com.cn

 **联系地址：** 贵州省仁怀市茅台镇贵州茅台企业文化部（融媒体中心）

 **邮政编码：** 564501

### 您的信息

姓名：\_\_\_\_\_ 联系电话：\_\_\_\_\_

单位：\_\_\_\_\_ E-mail：\_\_\_\_\_

您对本报告的总体评价是

好  较好  一般

您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的影响

能  一般  不了解

您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整如何

高  较高  一般  较低  低

您最满意本报告的哪一方面？

\_\_\_\_\_

您希望进一步了解哪些信息？

\_\_\_\_\_

您对我们今后发布报告有哪些建议？

\_\_\_\_\_



本报告采用环保纸张和环保油墨制作  
减少打印, 保护环境



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

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