



# CSR 2012 社会责任报告

山西杏花村汾酒厂股份有限公司





本报告是山西杏花村汾酒厂股份有限公司发布的第一份社会责任报告。为了便于表述和方便阅读，山西杏花村汾酒厂股份有限公司在本报告中也以“山西汾酒”、“公司”和“我们”表示。

#### (一)报告范围

报告的组织范围：本报告范围涵盖山西杏花村汾酒厂股份有限公司及下属机构。  
报告的时间范围：2012年1月1日—2012年12月31日，部分内容超出上述范围。  
报告的发布周期：本报告为年度报告。

#### (二)报告数据说明

本报告是山西杏花村汾酒厂股份有限公司积极履行政治、经济、环境、社会责任，实现企业全面、协调、可持续发展的真实反映；信息数据均来自于山西杏花村汾酒厂股份有限公司正式文件和统计报告，以及所属机构社会责任实践情况汇总及统计。

其中，财务数据来自公司2012年年度报告，其他数据以2012年为主，并适当追溯以往年度数据。本报告所涉及货币金额以人民币作为计量币种。

#### (三)报告编制依据

本报告遵循了上海证券交易所《公司履行社会责任的报告》编制指引。

**(四)文本语言和发布形式以中文出版，对本报告的内容如有疑问，请致电或致信与我们进行咨询。**

#### 联系方式如下：

公司名称：山西杏花村汾酒厂股份有限公司  
中文简称：山西汾酒  
英文名称：SHANXI XINGHUACUN FEN WINE FACTORY CO.,LTD.  
公司地址：山西省汾阳市杏花村  
邮政编码：032205  
联系电话：0358-7329321 7220255  
传真号码：0358-7220255  
电子信箱：sxfj@fenjiu.com.cn  
公司网址：<http://www.fenjiu.com.cn>

本报告以印刷品和PDF电子文档两种形式向读者发布，其中PDF电子文档可在山西汾酒网站([www.fenjiu.com.cn](http://www.fenjiu.com.cn))下载阅读。

# 目录

报告相关说明	01
董事长致辞	

公司概况	03
公司治理与风险管控	07

股东责任	10
创造客户价值	15

促进节能环保，强化安全生产	19
重视员工发展	22

积极回馈社会	25
展望2013	29

获奖情况	31
意见反馈表	32





## 董事长致辞/Board chairman

企业自觉履行社会责任，不仅有利于社会的进步与和谐，也是企业提高自身价值的内在动力。创造财富、造福社会，用发展的成果回报国家、回馈客户、关怀员工、关注环境、惠及社会，是每个企业应尽的职责。

过去的一年，我们恪守“为民族传承国宝、为公众精酿美酒、为员工创造成功、为股东多创红利”的发展使命，坚持酿绿色汾酒、安全汾酒，为消费者

提供最干净、卫生的白酒饮品；持续深入凝炼宣传“汾酒·中国酒魂”文化，提升品牌形象，大力拓展市场；积极践行社会责任，始终将环境和社会的可持续发展纳入企业运营与企业文化的核心，建立了稳健的增长模式；维护员工权益，关注社区发展，坚守慈善理念，实践社会公益责任，以优异的经营业绩实现了商业客户和社会客户的价值最大化。

我们将继续从中华民族传统文化中

寻找智慧的结晶，在全球化时代，为塑造中国特色的企业模式做出贡献；将继续以感恩的心怀，为国纳税、为公众提供更多的就业机会；将继续高举品牌大旗，以我们的产品和服务为载体，向世界传播中国文化，消弭隔阂、尊重差异、寻找共识；我们会继续加大对环保的投入，为爱惜人类家园出更多的力；我们会以更有效的方式介入公益领域，不管是慈善事业、社会事业还是发展项目，让我们的投入能帮助更多的人找到希望；我们将继续关注地方的建设，为山西未来的繁荣做出更多贡献；我们将一如既往地关注员工的利益，提高员工的幸福指数，为他们提供有价值的收入、有计划的培训以及有希望的前途；我们将把

履行社会责任这一课题，纳入公司未来的全球化战略中去，把汾酒的品牌文化、企业文化、酒文化传递到世界的每一个角落。

晋商用“汇通天下”实现了自己的理想，今后，汾酒人要用“德行天下”的人文理念和作为，去实现“清香天下”的美好未来。因此，承担社会责任，为社会做更大的贡献，这是我们的追求，也是我们在重铸“大清香”辉煌过程中，义不容辞的历史使命和时代责任。

借此机会，感谢社会各界对山西汾酒多年来的支持和帮助，同时也希望以本报告发布为又一个起点，与社会各界携手共进，共同为构建和谐社会贡献力量。

董事长：





## 公司概况/Company introduction

### ◎公司简介◎

山西杏花村汾酒厂股份有限公司（以下简称山西汾酒）在原汾酒厂基础上于1993年12月22日改组改制并通过社会募集方式创立，1994年1月6日在上海证券交易所挂牌上市，成为山西省第一家上市公司，同时也是中国白酒行业第一股。目前公司占地4000余亩，拥有职工7500余人，总资产60余亿，注册资本86584.8266万元，是全国最大的名白酒生产基地之一。

公司拥有“杏花村”、“竹叶青”、“汾”三个中国驰名商标，是山西省唯一一家同时拥有三个中国驰名商标的企业，公司主导产品有汾酒系列和竹叶青酒系列。

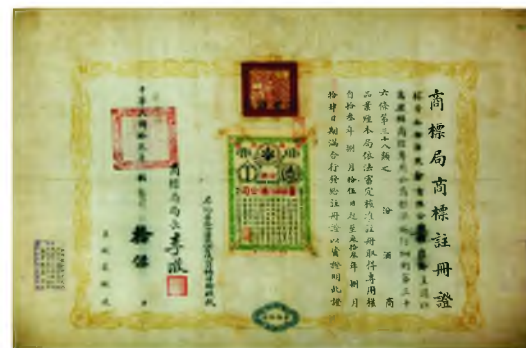
汾酒采用“地缸固态分离发酵、清蒸二次清”的传统酿造工艺生产，该酿造工艺已列入国家非物质文化遗产第一批名录。汾酒是清香型白酒的典型代表，酒体晶莹饱满、清香纯正、素以入口绵、落口

甜、饮后余香而著称，目前已形成国藏汾酒、青花汾酒、老白汾酒、普通汾酒、杏花村酒等特色的产品系列。

竹叶青酒是以汾酒为基酒，加配十余种名贵中药材精心调制而成，兼具汾酒清香和自然药香，酒质金黄透亮，幽雅芳香，色香味俱佳，于1998年被国家卫生部认证为保健酒。2012年，竹叶青酒在第三届中华养生保健国际高峰论坛上，荣膺“中华酒类绿色养生领袖品牌”称号。目前已形成国酿、精酿、特酿、国宝竹和普通竹叶青酒等产品系列，在国内外享有较高的知名度、美誉度和忠诚度。

公司所在地山西省汾阳市杏花村具有得天独厚的酿酒自然条件，是驰名中外的传统历史名酒原产地，也是中国酒和酒文化的发祥地。从杏花村古人类文化遗址中出土的古代酒具，将杏花村酿酒历史追溯

到了6000年前的仰韶文化。据《北齐书》记载，在1500年前的南北朝杏花村汾酒已成为宫廷贡酒；唐代大诗人杜牧的一首千古绝唱“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”更是令杏花村和汾酒天下闻名；1915年汾酒在巴拿马万国博览会上唯一荣获中国白酒品牌甲等大奖章，使得汾酒成为民



族工业的优秀代表；1919年汾酒成立了白酒业第一家股份制企业——晋裕汾酒公司，并在1924年注册了中国白酒业第一枚商标——“高粱穗”汾酒商标，建立了中国白酒业第一个品牌体系；1949年，汾酒成为中国第一届政治协商会议的国宴用酒。建国后，国家共5次评酒，汾酒5次荣获“国家名酒”称号，受到国家领导人高度认同，并成为国礼用酒。

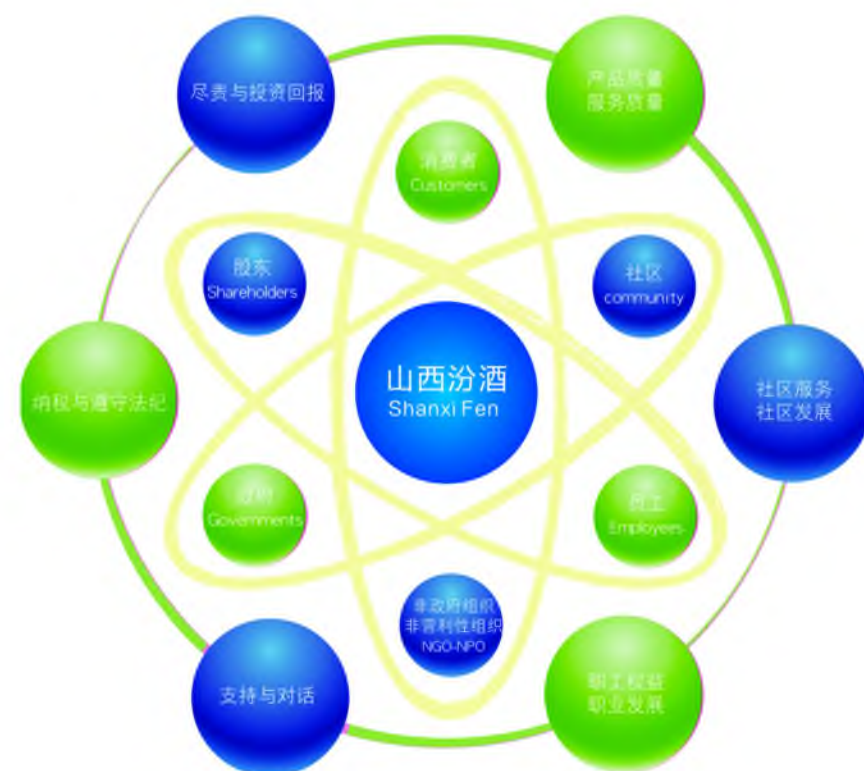
公司将致力于打造世界第一酒文化品牌，坚持实践汾酒战略新思维，进一步深入挖掘汾酒文化底蕴，突出“汾酒·中国酒魂”、“汾酒·国际香型”两大主题，创新文化传播，实现市场突破，以良好的经济效益和社会效益，为股东多创红利，为职工多谋福利，再创汾酒辉煌！



### 利益相关方

消费者——产品质量与服务品质  
 股东——尽责与投资回报  
 政府——纳税与遵守法纪  
 社区——服务社区与社区发展

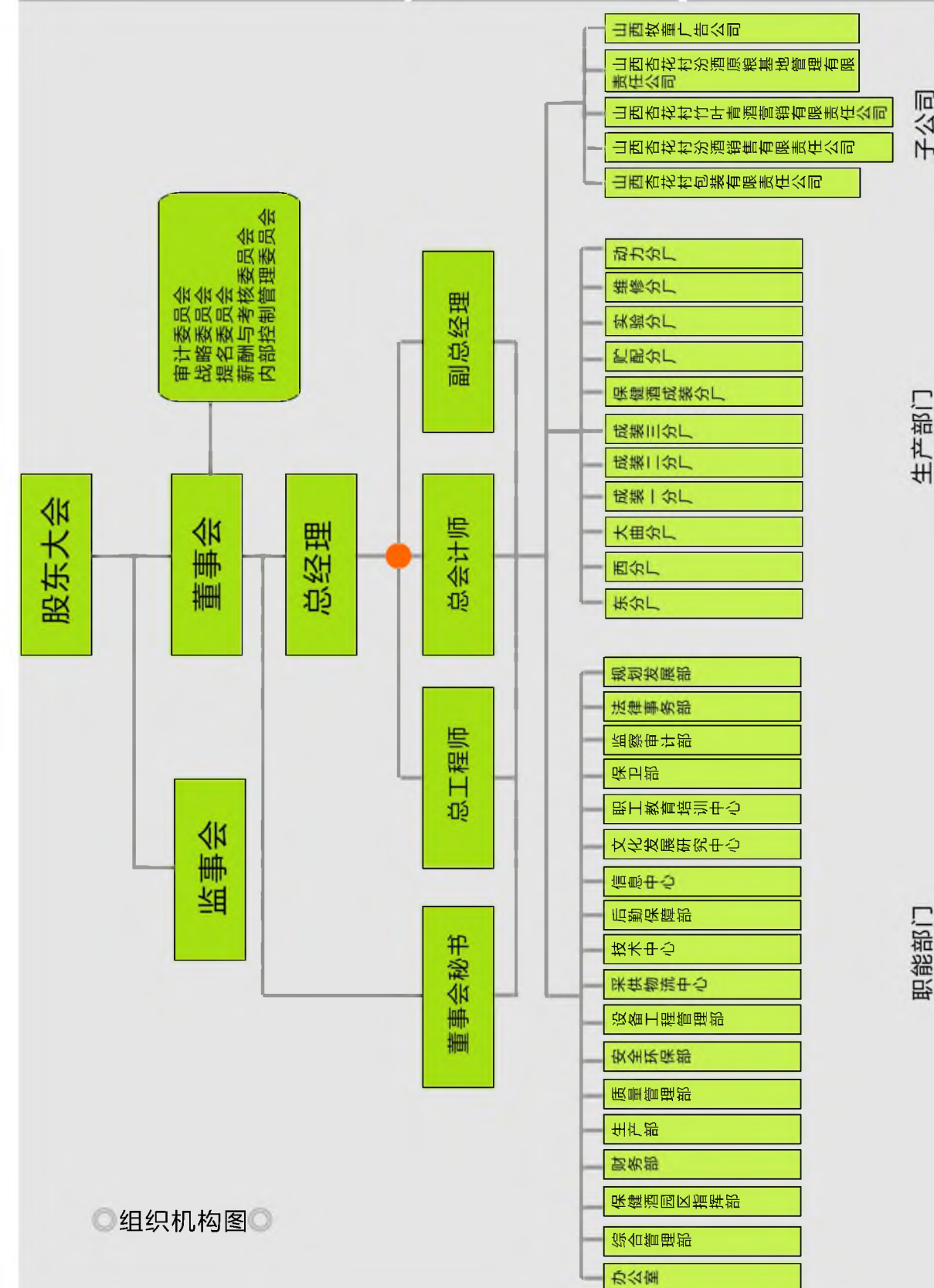
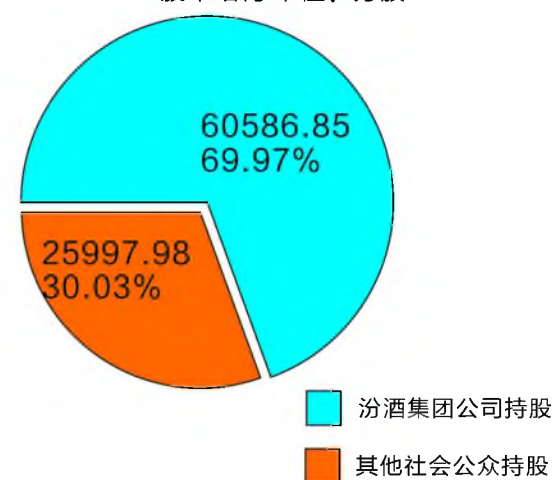
员工——职工权益与职业发展  
 非政府组织与非营利性组织——支持与对话  
 大众传媒——监督与对话  
 供应商与合作伙伴——共赢与协作推进履行社会责任



### 股本结构

股本总额86584.83万股。其中：  
 山西杏花村汾酒集团有限责任公司持  
 股60586.85万股，占69.97%；其  
 他社会公众持股25997.98万股，占  
 30.03%。

股本结构 单位：万股



### 组织机构图



公司治理与风险管控/Corporate governance and risk control

◎公司治理◎

完善的公司治理是保障利益相关者利益、实现可持续发展的基石。自上市以来，公司严格按照现代企业制度要求，不断健全和发展由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的现代法人治理结构，修订完善各项制度，积极加强公司治理，规范运作，在持续改进的治理过程中实现平稳健康运营。

2012年，公司不断建立健全公司内控体系，强化基础管理，规范工作流程。公司股东大会、董事会及董事会专门委员会、监事会均认真地履行职责和开展工作。报告期内共召开2次股东大会，9次董事会会议，4次监事会会议，分别审议通过了涉及生产经营、内部管理、股东权益分配等方面重大议案36项。

决策机制

健全依法决策、科学决策和民主决策机制，逐步完善对重大事项、重要干部任免、重大项目安排和大额度资金使用上的集体决策机制，推进可持续发展。

2012年，公司股东大会、董事会及下设各专门委员会、监事会、经理层按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》赋予的职责，依法独立行使职权，忠实勤勉履行各自的权利和义务。

报告期内，公司独立董事能够依靠自身的专业优势，本着对全体股东负责的态度，按

照法律法规的要求，勤勉尽责，及时了解公司的经营状况，积极认真参加公司董事会会议、各专门委员会会议和股东大会，在公司关联交易、聘请会计师事务所、会计估计变更和高管任免等重大事项上发表了独立、客观的意见，对董事会的科学决策以及公司的规范运作起到了积极作用，切实维护了公司、股东及债权人的合法权益。

◎公司董事、监事及高级管理人员◎

董 事 会 成 员	李秋喜	董事长
	王敬民	副董事长
	谭忠豹	副董事长
	阚秉华	董事
	席金龙	董事
	韩建书	董事、总经理
	李志强	独立董事
	王建中	独立董事
	崔民选	独立董事
	余春宏	独立董事
监 事 会 成 员	高润珍	监事会主席
	刘彩霞	监事
	党清平	监事
高 级 管 理 人 员	刘卫华	董事会秘书
	杜小威	总工程师
	马世彪	总会计师
	武世杰	副总经理
	王召稳	副总经理
	赵 玲	副总经理



●风险管控●

为保障企业正常运营和持续发展，公司按照相关法律法规要求，深入开展风险管理工作，狠抓制度建设和源头控制，不断完善企业内部控制体系，深化法律风险管理，强化腐败预防与惩治，并定期对企业面临的各类风险进行评估，及时制定风险管理策略和解决方案，确保各类风险处在受控状态。

内控建设

报告期内，公司按照财政部等五部委联合发布的《企业内部控制基本规范》要求，积极推进内部控制规范体系建设，设计公司内部控制评价标准和工作机制，建立完善全面风险管理与内部控制体系架构。

公司依托现有管理体系，制定了公司《内部控制规范实施工作方案》，印发了《公司内部控制管理制度》和《公司内部控制评价管理办法》。同时积极开展内部控制自我评价工作，并完成了2012年度内部控制专项审计工作，确认公司已按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的内部控制。

内部审计

公司设有独立的内部审计机构。  
公司开展内审工作坚持以风险为导向，合理制定年度审计计划，内容涵盖经济责任审计、经营管理审计、内部控制审计等；审计过程中恰当运用系统化和规范化的审计程序和方法，对各项经营活动和内部控制的适

当性、合规性和有效性进行独立客观的监督评价，并提供咨询建议，协助改善公司治理、风险管理和过程控制。

法律监控

公司坚持树立依法治企、依法经营的理念，在经营管理过程中重视法律风险防范，有效减少法律纠纷案件的发生，对依法维护公司合法权益，促进公司健康、可持续发展发挥了积极作用。



股东责任/The shareholder responsibility

●投资者状况●

报告期末股东总户数（户）		21789
前十名无限售条件流通股股东持股情况		
股东名称	持股比例(%)	持股总数（股）
山西杏花村汾酒集团有限责任公司	69.97	605868472
中国工商银行－博时精选股票证券投资基金	1.41	12225591
中国建设银行－工银瑞信精选平衡混合型证券投资基金	1.17	10092993
融通新蓝筹证券投资基金	0.92	8000784
中国建设银行－华宝兴业多策略增长证券投资基金	0.87	7495595
中国工商银行－博时第三产业成长股票证券投资基金	0.72	6253585
山西杏花村国际贸易公司	0.68	5893970
中国工商银行－鹏华优质治理股票型证券投资基金(LOF)	0.66	5676939
中国农业银行－鹏华动力增长混合型证券投资基金(LOF)	0.63	5476763
中国建设银行－交银施罗德稳健配置混合型证券投资基金	0.58	4996851





### ◎信息披露◎

信息披露是监管机构和投资者共同关注的重点，关系到公司在资本市场的形象和投资者对公司价值的判断。报告期内，公司本着公开、公平、公正的披露原则及时、合规做好信息披露工作，公司在上海证券交易所先后披露了2011年度报告、2012年半年度报告、第一季度报告、第三季度报告以及2011年度利润分配实施方案、2012年度日常关联交易计划、资产租赁等临时公告23次，确保投资者及时获悉公司重大经营信息。

### ◎资本运作◎

为提高上市公司盈利能力，维护公司及投资者利益，提升控股子公司的业务经营能力和抗风险能力，2012年8月，公司实施完成了汾酒销售公司股权结构调整及增资扩股方案，汾酒销售公司的注册资本由600万增至8000万元，公司持股比例由60%增至90%。

### ◎投资者关系管理◎

公司通过接待投资者来访、参加投资策略会、路演等多种形式建立与投资者多层次、多渠道的沟通平台，加深投资者对公司的了解和

认同，促进了公司和投资者建立长期、稳定的良性关系。

报告期内，公司认真做好投资者关系管理工作，共接待投资者来访300余人次，参加证券金融机构举行的投资策略会10余次；通过网上路演的形式举办2011年度业绩说明会，与投资者进行一对一或一对多的交流，并认真接听投资者热线，耐心解答相关问题，增强与投资者之间的相互信任和支持，对公司投资价值的提升，实现公司价值最大化和股东利益最大化起到积极的促进作用。

公司加强与监管机构、中介机构的协调沟通工作，积极配合完成上级监管部门布置的各项任务，开展了“积极回报投资者”主题宣传活动，组织公司高管人员参加了内幕交易警示教育展等相关活动，对公司第一时间了解证券市场的发展动向，杜绝发生违规行为起到积极的推动作用；同时公司关注媒体报道，主动向公司及相关信息披露义务人求证，对影响股价异动的信息及时进行披露。

### ◎股东回报◎

公司自上市以来，一贯重视给予投资者合理回报，并长期坚持高比例现金分红，截止2012年末，公司现金分红金额累计15.17亿元，是公司募资额3.4亿元的4.46倍。2011年及2012年，公司连续两年荣获“央视财经50指数十佳回报公司”称号。

报告期内，公司制定了《未来三年股东回报规划（2012年-2014年）》，修订了《公司章程》中利润分配政策条款，进一步健全和完善了利润分配事项的决策程序和机制，保证了股利分配政策的连续性

和稳定性，确保投资者分红权益不受侵害。

2012年，公司实施完成2011年度利润分配方案，向全体股东每10股送10股并派发现金红利5元，分红比例达当年实现的可分配利润的83.2%。

经第五届董事会第二十九次会议审议通过，2012年度利润分配预案为：截止2012年末，归属于母公司股东的所有者权益35.48亿元，归属于母公司所有者的每股净资产4.10元，每股收益1.53元。拟定以2012年末总股本865848266股为基数，向全体股东每10股派发现金红利8元。该分配预案尚需经股东大会批准后实施。





公司近五年分红方案

年 度	每股收益	股利分配方案	现金分红率(%) (不含送配股方案)
2008 年	0.5663 元	每 10 股派发现金红利 4 元	70.63
2009 年	0.8200 元	每 10 股派发现金红利 5 元	60.98
2010 年	1.1420 元	每 10 股派发现金红利 5 元	43.77
2011 年	1.8030 元	每 10 股送 10 股 并派发现金红利 5 元	27.73
2012 年	1.5330 元	每 10 股派发现金红利 8 元	52.19



以下是公司近三年财务指标情况，从以下图表中大家可以了解到我们的努力、成绩和不足，希望对我们今后的工作给予更多支持、鼓励和建议。







## 创造客户价值/Create customer value

### ◎构筑食品安全大堤◎

食品安全是人类社会繁衍、生息、发展不可或缺的永恒主题，是人类生命安全最重要、最基本的前提，因此严把食品质量安全是每一个食品饮料企业不可推卸的社会责任。

汾酒作为对社会、对消费者负责的企业，一直以“清香汾酒、文化汾酒、绿色汾酒”为企业的经营理念，长期以来坚持以质量求生存，视质量为企业的生命线。

报告期内，公司狠抓生产现场管理，严格工艺操作，整洁作业环境，出台了《产品实现过程监控总图及控制节点》，通过例行检查加强对生产过程的监督指导，明晰责任，排除隐患，不断改进现场管理和工艺执行，保证汾酒

生产“清洁、安全、优质、高效”，有效保障了产品质量和食品安全。

加大科技研发投入力度，充分发挥国家级企业技术中心的技术创新作用，成功申报博士后流动站，开展了多项紧贴生产实际的基础研究，研发出了国藏汾酒、国酿竹叶青酒等一系列深受市场青睐的新品。

严格产品质量管理，建立起“一档二书、十二项制度、十六项记录、一报告”的质量控制系统；成立了质量安全委员会，制定完善了质量安全监督管理和预警体系，保证汾酒产品安全。

“一档”，即“建立企业食品质量安全档

案”；“二书”，即《食品生产质量安全承诺书》和质量管理责任书；“十二项制度”，包括质量安全管理责任制度、进货查验及记录制度等；“十六项记录”包括食品生产企业进货查验、贮存记录、食品生产企业配投料（原料、辅料）记录等。

2012年，公司设立原粮基地管理公司，从生产源头严把原粮质量关，把原粮种植作为汾酒生产的第一车间，实现高粱100%基地供应，确保酿酒原粮的无公害、绿色。

### ◎客户关系管理◎

供应商管理方面，2012年，公司严格执行供应商质量管理制度，选择合格供应商，并对战略供应商进行等级管理，细化考核办法，优化资源配置，与供应商形成良好的信息和资源共享平台。同时公司与原粮供应商共同设立原粮基地管理公司，以股权为纽带建立合作伙伴关系，互惠互利。

经销商管理方面，公司坚持以市场为导向，深入推进“信仰营销”理念，逐步推行“厂商共管，以我为主”的新营销模式，与经销商共同投入开发市场，形成了以“文化共同体、目标共同体、利益共同体、责任共同体、质量共同体”为主导的市场管理新思维，实现厂商共建共赢。同时公司不断完善经销商约束和激励机制，通过综合考评经销商的价格、渠道、终端等工作，对经销商的经营质量进行科学评估，经销商队伍结构得到显著优化。

不断完善售后服务体系，提高消费者满意度，公司设立了售后服务部，定期通过电话、传真、邮寄、走访、座谈会等方式，增进与消费者的沟通交流，加深与消费者之间的相互理解和信任；通过消费者满意度调查工作，关注消费者不断发展的需求和期望，了解汾酒系列产品质量、服务、交付、价格等多方面信息，不断改进产品和服务质量，同时对客户的反馈



信息及时作出回复，并对客户意见进行认真处理，努力提高消费者满意度。





◎汾酒文化传承与品牌建设◎

汾酒千年的发展史，孕育和积淀了得天独厚的汾酒文化，汾酒清香文化独领风骚，是企业发展的核心优势所在。近年来，公司致力于汾酒文化的再度挖掘、凝练和提升，让文化在未来汾酒发展中发挥关键性作用。

2012年，公司按照《“十二五”文化战略规划》的整体要求，深入推进企业文化建设，修订完成《企业文化手册》；深入研究“杏花村汾酒文化学”；与《人民日报》、《经济日报》、《参考消息》等权威媒体深度合作，全面介绍汾酒悠久的酿造历史、深厚的文化底蕴和独特的清香优势，深入拓展汾酒文化内涵。同时凝练提出“汾酒中国酒魂、清香天下”的文化理念，不断强化汾酒与中国酒魂关联度、联想度，策划实施酒魂传播体系，以“中国酒魂”为主线，持续打造汾酒文化的核心竞争力。



品牌建设方面，公司改进品牌传播策略，围绕“汾酒·中国酒魂”定位，形成了央视主打形象、重点区域地方卫视强化认知、营造氛围的传播方式，加强了广播媒体、网络媒体、路牌、户外LED的广告投放，有效扩大了覆盖面；加大在机场、高铁、航空杂志上的广告投放，聚焦优势资源提升品牌形象；独家冠名赞助了中央电视台民族器乐大赛、江苏卫视跨年演唱会，扩大品牌知名度。

2012年12月31日，公司“汾”商标成功申报为国家驰名商标，至此，公司拥有“杏花村”、“竹叶青”、“汾”三个国家驰名商标。

市场营销方面，2012年，公司创新营销模式，科学规划市场，加强价格管控、市场维护、打假保真工作，有效保障了销售链条上的各方利益，形成了以文化、目

标、利益、责任、质量为共同体的营销网络新格局，保证了山西省内市场稳定增长，省外市场快速拓展。竹叶青酒重点推广“传承千年、植物养生、绿动中国”的养生理念，积极倡导绿色健康生活方式，努力拓展市场，加大市场宣传力度，2012年呈现出省内、省外协调发展，全国市场加速扩展的强劲势头。



## 加强打假维权力度 全力维护消费者权益

公司打假工作以保障营销安全、拓展营销空间为主线，坚持“两手抓”，一手抓市场净化，一手抓源头治理，重点打击制假、售假、侵权、仿冒等不法行为，为公司的健康发展净化市场，全力维护广大消费者及公司的合法权益。





## 促进节能环保、强化安全生产/To promote energy saving and environmental protection, strengthen production safety

### ◎加强节能减排◎

节能减排是企业转型发展的必然选择，是建设节约型社会的根本要求，更是企业义不容辞的社会责任。

2010年，公司启动了“中水综合利用节水技术改造”工程，对中水回收处理系统进一步改造完善，建成了8000余吨的日处理能力，经山西省有关部门监测，处理后的水质完全符合国家一级水使用标准，实现了水资源的二次利用，每年为公司节约用水219万吨，创造经济价值1000余万元。

公司酿酒车间实现风冷却器改造，有效节约了水资源和减少了污水排放，并按国家规定淘汰了不符合要求的用能设备，更新为节能环保的用能设备。

报告期内，公司完成煤改气工程，根除煤烟排放污染，使公司实现了清洁能源生产，加速了公司生产环节在节能减排新技术领域的发展，加快了公司产业低碳化进程。



### ◎严格环境管理◎

公司设立安全环保部作为环境管理机构，加强对污染物及二氧化硫、温室气体排放监控，确保完成年度环保目标，并制定出台了《环境区域自治管理办法》、《环境保护工作条例实施细则》、《环境保护违规行为处罚管理办法》、《环境管理制度汇编》等一系列规章制度。公司始终坚持布置生产经营工作的同时布置环境保护工作，检查生产的同时检查环境保护，环保设施与生产设备同时运行、同时维修、同时保养，使公司的环境保护工作真正走上了规范化、法制化道路。

### ◎强化安全生产◎

2012年6月，公司下发了《关于深入开展2012年“安全生产月”活动》的通知，组织开展安全生产宣传教育、隐患排查治理等各项工作，努力营造安全生产文化氛围，有效防止安全事故发生；11月，公司在酒文化广场举办了“人人参与消防，共创平安和谐”消防宣传活动，通过印发防火手册、设立防火宣传展板等形式向广大职工介绍消防安全知识，进一步提高大家的消防意识。

报告期内，为提高公司厂区防洪标准，公司共投资5900余万元实施防洪工程项目，以保护公司财产和人民生命安全。





◎水资源保护◎



公司设有污水处理站，净化生产生活污水，对排放的工业废水按国家标准严格处理，对处理达标的污水实施循环使用，有效降低了水资源消耗。

报告期内，为保障杏花村当地及公司拥有优质的生产、生活用水，公司出资510万元与当地政府合作开展石门沟水源地森林绿化工作，以保护公司水源地生态环境，为公司可持续发展创造良好的外部环境。

2012年，安全、消防、环保工作控制指标完成情况：



汾酒 中国酒魂

汾酒 中国酒魂



重视员工发展/Pay attention to employee development

◎员工构成情况◎

2012年公司及其下属控股子公司在职员工总数7524人。其中：生产人员占在职员工总数的74%；销售人员占在职员工总数的12%；行政人员占在职员工总数的9%；财务人员占在职员工总数的1%；技术人员占在职员工总数的4%。

◎保障员工权益◎

公司依据国家《员工带薪年假条例》、《企业职工带薪年假实施办法》等规定，结合公司实际，制订了《公司员工带薪年假试行办法》及《关于严格执行<员工带薪年假试行办法>的实施意见》并遵照执行。报告期内，公司依法执行国家规定的工作时间和各种休假制度，确保了职工休假权益的落实。

以维护女职工合法权益为重点，公司把《女职工劳动保护专项集体合同》作为附件列入公司集体合同，从制度上保护女职工合法权益不受侵害；继续组织公司2500余名女职工进行免费健康体检。

全体干部职工充分共享了企业的发展成果，2012年度职工人均总收入较2009年度增长50%以上。





### ◎注重员工培训◎

培训是公司的长效投入，是发展的最大后劲，是员工的最大福利。公司设立职工教育培训中心，致力于做好管理、技术、营销人员的教育培训、职业技能培训与鉴定、人员轮岗培训等工作，为员工打造良好的素质提升通道。



报告期内，公司积极创新，探索培训工作的新思路、新机制、新方法，构建与公司和谐、稳定发展相适应的人力资源开发体系，不断提高员工队伍整体素质，共举办培训97场，涉及中、高层管理人员培训、基层培训、新入职员工培训等共计9000余人次。

### ◎关爱员工生活◎

报告期内，公司为酿酒车间配置了洗衣设施和专职人员，配备了专用送酒车辆；人工湖围栏、游泳池改造、职工疗养中心、离退休人员活动中心等民生工程相继落成；为职工新增了安全舒适性能更高的通勤大客车；陆续开展了形式多样的文化体育活动，举行了趣味运动会、知识竞赛、有奖征文、演讲比赛、歌咏比赛等形式多样的文体活动，组织了健身舞、门球、乒乓球等群众性健身活动。职工工作和生活环境不断改善，幸福指数持续提升，以人为本的理念得到深入贯彻，广大干部职工得到自由、全面发展。



刘江生 44岁

汾酒评酒技术员  
工龄28年



苗桢 29岁

汾酒黑龙江大区销售  
工龄7年

任瑞雪 28岁

汾酒山西大区销售  
工龄3年



冯灵爱 43岁

汾酒成装工  
工龄25年



侯润林 42岁

汾酒装瓶工  
工龄21年

廖汾军 41岁

汾酒收酒工  
工龄23年

李永伟 32岁

汾酒场上工  
工龄2年







积极回馈社会/Positive feedback  
from society

社会是公司健康可持续发展的必需环境，公司高度关注社会公益事业，积极参与扶贫救灾、社区服务，打造公司与社会的和谐关系，促进公司与社会的健康可持续发展。



重视员工发展

积极回馈社会

展望2013



### ◎公益责任◎

汾酒以履行社会责任为纽带，以汾酒公益基金会为平台，自2010年开始，陆续开展了以弘扬中华传统文化为主旨的“汾酒公益全球华人华裔文言文大赛”，开展了以“适量饮酒、健康饮酒、拒绝酒驾、珍爱生命”为主题的公益宣传，山西省优秀基层教师评选，金秋高校公益助学活动，向10个省的贫困地区、革命老区捐赠了15辆校车。

饮水思源，公司在加速发展的同时，时时牢记地方政府和人民群众对公司的支持和

厚爱，用自身行动积极回报。2010年3月，公司被省扶贫办指定为扶贫企业，定点扶贫方山县马坊镇，从2010年至2014年，每年投入100万元进行帮扶，促进社会公益事业长足发展。

报告期内，公司还组织开展“慈善情暖万家”献爱心捐款活动，举办了“杏花村之梦”关爱留守儿童主题公益晚会、汾酒公益“自强之星”颁奖晚会等公益活动。



获奖情况

意见反馈表

### ◎服务社区◎

公司在积极回报社会的过程中，发挥自身能动性，积极组织参与社区服务工作，开展保护环境、扶助社会弱势群体、支持社区建设等志愿活动。

2012年，完成基础免疫1240人次，加强免疫976人次，抗体水平监测243人次，接种率达100%。

元旦、春节期间开展“送温暖”活动，慰问患病困难职工、离退休困难职工和遗孀。

公司继续执行《员工子女教育奖励暂行办法》，共有108名考取研究生和大学二本以上的职工子女受到了公司隆重表彰，获得了公司奖励的“金秋助学”奖金。





重视员工发展

积极回馈社会

展望2013



## 展望2013



未来白酒市场的竞争，将是综合实力的较量，是系统能力的比拼。2013年，公司将认真贯彻落实董事会作出的各项决议，切实维护 and 保障公司股东的合法权益，积极、扎实地做好公司的各项工作，在完成全年目标的同时，公司将一如既往守法经营，依法纳税，对国家负责；将加快提升综合经营能力，增加收入与利润，对股东负责。将实施原粮绿色、无公害采供，严格执行食品安全和质量要求，严格管控生产工艺流程，持续打击假冒伪劣，净化消费市场，对消费者负责；将以人为本，搭建发展提升平台，共享企业发展成果，对员工负责。

在公司治理方面，严格遵守国家各项法律和规范制度，时刻接受来自社会各方面的监督；进一步健全工作体系，推进精细化管理；严格信息披露，提高规范运行水平；继续保持、加强与投资者、股东的沟通交流，按照监管机构要求，做好投资者关系管理工作。

在环境责任方面，公司将以科学发展为主线，以节能、环保、低碳、可持续“绿色发展”为核心，加强科技创新，提高资源综合利用率；将持续优化环境管理，健全应急处置预案；始终把建立良好的公共卫生环境作为重要任务，实现企业与生态自然的和谐发展。

在公益责任方面，公司将以汾酒公益基金会为平台，以“诚信中国、理想中国”为宗旨，围绕促进实现中华民族的伟大复兴，胸怀大爱与大义，推广、弘扬中国传统文化，积极组织、参与救助灾害、扶贫帮困、资助教育，倡导健康饮酒、珍爱生命等公益项目和文化活动，并不断加强社区服务建设工作，实现公司与社会和谐发展。

获奖情况

意见反馈表



在节能减排和安全生产方面，公司将继续加大节能改造力度，更新节能设备装置，应用先进的技术和工艺，降低单位产品能耗，不断挖掘节能潜力，确保安全生产形势稳定。深入落实节能目标责任制，继续健全和完善以单位法人代表为第一责任人的全员、全方位安全生产责任体系，严格对安全责任落实情况进行考核。

在人才队伍建设方面，加强和完善领导干部考核与评价激励机制，进一步优化领导班子结构；加大员工培训力度，切实提高员工整体素质；继续维护好员工的根本利益，构建和谐企业。

站在“中国酒魂”的战略新基点上，我们将以坚韧的品质和昂扬的斗志，奋勇争先，开创汾酒发展的新局面；我们将以开放的姿态和创新的观念，兼容并蓄，打造汾酒提升的新平台；我们将以创建中国乃至世界一流企业为目标，大力推进企业社会责任建设，从而实现多赢互惠的完美目标！





获奖情况



荣获山西证监局颁发的“优秀上市公司”称号；



在中央电视台举办的“2012CCTV中国上市公司峰会”中，公司再次荣获“央视财经50指数十佳回报公司”称号；



荣获中国上市公司市值管理研究中心颁发的“2012年度中国上市公司市值管理百佳”称号；



荣获中国上市公司市值管理清华大学中国金融研究中心、新浪网颁发“2012年度中国上市公司资本品牌百强”、“2012年度中国上市公司资本品牌溢价百强”称号；



除在资本市场获奖外，公司还荣获“人民社会责任杰出贡献奖”、“首届中部十大企业文化品牌奖”、“品牌中国示范基地”、“品牌中国华谱奖”、“最佳品牌定位奖”、“中国十大诚信企业”等殊荣。

意见反馈表

为了改进企业社会责任工作,提高企业履行社会责任的能力和水平,我们特别希望倾听您的意见和建议,恳请您在百忙之中对我们的工作和报告提出宝贵的意见:

1.您对山西汾酒社会责任报告的总体评价是

☐好 ☐较好 ☐一般

2.您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整程度如何

☐高 ☐较高 ☐一般 ☐较低 ☐低

3.您认为山西汾酒在服务客户、股东方面做得如何

☐好 ☐较好 ☐一般 ☐差 ☐不了解

4.您认为山西汾酒在保护环境、促进可持续发展方面做得如何

☐好 ☐较好 ☐一般 ☐差 ☐不了解

5.您认为山西汾酒在与利益相关方沟通交流方面做得如何

☐好 ☐较好 ☐一般 ☐差 ☐不了解

6.您认为本报告的内容安排和版式设计是否有利于您的阅读

☐好 ☐一般 ☐不好

7.您对山西汾酒工作和本报告的意见和建议,欢迎在此提出

注:请您在相应的“○”内打“√”。

网络意见请反馈到:sxfj@fenjiu.com.cn