

# 二零二五

环境、社会和公司治理报告

梦想的洋河 时代的洋河



# 报告编制说明

本报告是江苏洋河酒厂股份有限公司（股票代码：002304）面向利益相关方发布的第 3 份上市公司环境、社会和公司治理报告（前 12 份为社会责任报告）。报告详细披露了公司 2025 年度在经济、环境、社会和公司治理等可持续发展领域的实践和绩效，旨在与利益相关方进行有效交流，系统地回应利益相关方的期望与要求。

## 时间范围

2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，为增强报告可比性及前瞻性，部分内容往前后年度适度延伸。

## 报告边界

本报告以重要性原则为基础界定组织范围，旨在披露江苏洋河酒厂股份有限公司及下属企业履行环境、社会、公司治理方面的责任信息，与年报披露范围保持一致。

## 称谓说明

|             |   |   |
|-------------|---|---|
| 洋河股份、公司     | 指 | 江苏洋河酒厂股份有限公司                                  |
| 洋河分公司、洋河基地  | 指 | 江苏洋河酒厂股份有限公司洋河分公司                             |
| 泗阳分公司、泗阳基地  | 指 | 江苏洋河酒厂股份有限公司泗阳分公司                             |
| 双沟酒业、双沟基地   | 指 | 江苏双沟酒业股份有限公司                                  |
| 贵酒修文基地      | 指 | 贵州贵酒集团有限公司                                    |
| 贵酒茅台基地      | 指 | 贵州茅台镇贵酒酒业股份有限公司                               |
| 梨花村酒业、梨花村基地 | 指 | 湖北梨花村酒业有限公司                                   |
| 集团贸易        | 指 | 苏酒集团贸易股份有限公司                                  |
| 交易所《指引》     | 指 | 深圳证券交易所《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）》 |
| 交易所《指南》     | 指 | 深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》    |
| 元、万元、亿元     | 指 | 人民币元、人民币万元、人民币亿元                              |
| 报告期         | 指 | 2025 年度                                       |

## 信息来源

本报告所披露的信息来源于洋河股份内部正式文件、统计报告与财务报告。

本报告所披露的数据来源于洋河股份实际运行的原始数据、政府部门公开数据、年度财务数据、内部相关统计报表、第三方问卷调查、第三方评价访谈等。

本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

## 编制依据

联合国《可持续发展目标（SDGs）企业行动指南》

全球报告倡议组织《可持续发展报告标准》（GRI Standards）

深圳证券交易所《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）》

深圳证券交易所《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第 3 号——可持续发展报告编制》

财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》

中国上市公司协会《上市公司可持续发展报告工作指南》

中国社会科学院《中国企业可持续发展报告指南》（CASS-ESG 6.0）

中国国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T36001-2015）

中国酒业协会《酒类企业 ESG 披露指南》（T/CBJ 1106-2024）

## 报告获取

本报告以电子版形式供您阅读，可登录公司官网（<https://www.chinayanghe.com>）和巨潮资讯网站（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅获取。如对本报告有任何疑问或建议，可发送电子邮件至 [anhuan8775@chinayanghe.com](mailto:anhuan8775@chinayanghe.com)、[yanghe002304@chinayanghe.com](mailto:yanghe002304@chinayanghe.com)，或致电 0527-84938128/0527-84938775。



# 目录

|        |    |      |     |
|--------|----|------|-----|
| 高管致辞   | 06 | 关键绩效 | 122 |
| 走进洋河   | 08 | 指标索引 | 126 |
| ESG 管理 | 13 | 读者反馈 | 131 |

## 生态酿造

### 守长期主义

|           |    |
|-----------|----|
| 环保合规与风险管理 | 18 |
| 节能降碳与气候治理 | 22 |
| 污染防治与废物减排 | 32 |
| 资源利用与循环经济 | 38 |
| 绿色运营与生态保护 | 43 |

## 同心筑梦

### 守利他主义

|        |     |
|--------|-----|
| 携手员工成长 | 76  |
| 保证供应安全 | 91  |
| 助力行业发展 | 98  |
| 爱心回馈社会 | 101 |

## 绵柔传承

### 守品质主义

|        |    |
|--------|----|
| 产品安全质量 | 48 |
| 创新驱动发展 | 56 |
| 维护客户权益 | 68 |

## 正心正念

### 守价值主义

|       |     |
|-------|-----|
| 党建引领  | 108 |
| 公司治理  | 111 |
| 投资者关系 | 114 |
| 商业道德  | 115 |
| 风险内控  | 118 |

## 高管致辞

2025 年，洋河股份秉承“报国报民报一方”的初心，怀揣“为人民美好生活而酿造”的使命，坚持“生产效率”与“绿色效果”的统一、“社会向阳”与“商业向善”的统一，让生态更美、环境更优、商业更向善、社会更美好。



### 以“信”筑基，合规治理夯实发展底座

规范治理是洋河行稳致远的压舱石。公司始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，将党建工作深度融入企业发展，持续完善顶层治理架构，不断健全风险防控机制，系统搭建信息披露体系，深度优化股东回报机制，全面做好投资者关系管理，确保公司战略决策的透明度和公正性。连续十三年在深圳证券交易所信息披露考评中获得 A 级，并荣获中国卓越 IR “最佳信披奖”“最佳 ESG 奖”和中上协董事会优秀实践案例等荣誉。

### 以“技”致远，创新驱动引领品质飞跃

品质是洋河的生命线，创新是品质的加速器。公司坚持以消费者为中心，构建了从“田间”到“车间”，再到消费者“心间”的全方位、全流程、全周期的质量管控体系；持续深化绵柔机理应用，酿酒产质量实现双优，从三项核心技术成果均达“国际领先水平”，到全国品酒师大赛七度夺魁、包揽前三，体现出公司全产业链品控与核心技术的硬核竞争力。

### 以“绿”添彩，生态优先绘就最美底色

洋河作为白酒行业的头部企业和中国 ESG 上市公司的先锋代表，在“绿水青山”中诞生、在“绿色发展”中成长、在“生态优先”中壮大。公司坚定不移实施“一二五七”双碳战略，将绿色基因深度融入酿造全产业链；持续深化绿色工厂建设与技术改造，成功摘得行业首份白酒产品碳标识认证证书，以硬核实力斩获年度轻工行业“绿色制造标杆企业”与“节能降碳先进技术”两项殊荣。从源头减碳到循环利用，洋河正以标杆之姿引领白酒行业绿色转型，为“绿水青山”注入绵柔匠心，为洋河的发展注入了更多的社会责任和环保理念。

### 以“心”聚力，长期主义成就价值共生

洋河股份聚焦“正心正念，践行长期主义；稳扎稳打，夯实市场基础”，从“强商、扶商、安商”宗旨到构建“亲清”厂商关系，从“最具爱心慈善捐赠企业”到产业援藏，从酒旅融合到乡村振兴，深度探索“接一连二推三”的产业新路径，深化构建厂商命运共同体，始终致力于为伙伴创造财富价值，为消费者创造产品价值，为社会创造长远价值。

2026 年，洋河股份将坚定不移走生态优先、绿色发展之路，在不确定性中锤炼韧性，在变革浪潮中锚定方向，奋力打造“治理规范、品质卓越、绿色低碳、责任担当”的世界一流酒企。

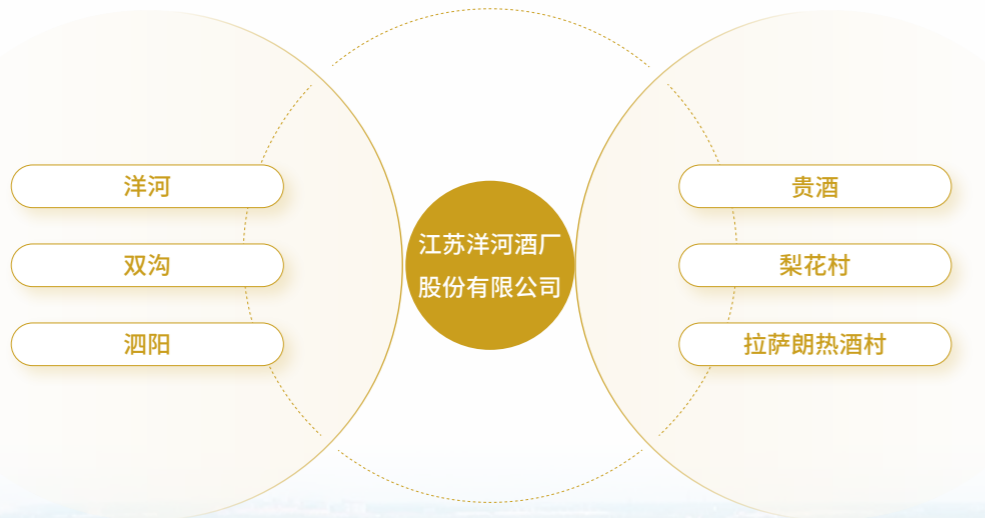
党委书记、董事长、总裁

梁宁

# 走进洋河

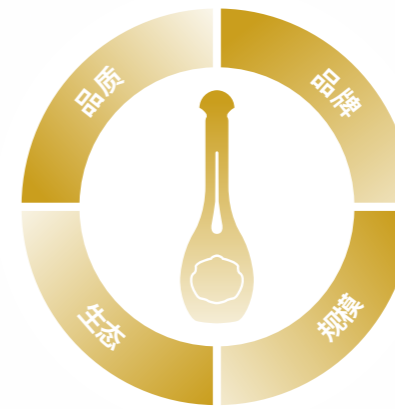
## 公司概况

江苏洋河酒厂股份有限公司，位于中国白酒之都——江苏省宿迁市，下辖洋河、双沟、泗阳、贵酒、梨花村、拉萨朗热酒村六大酿酒生产基地和苏酒集团贸易股份有限公司，是行业内拥有两大“中国名酒”、两个“中华老字号”、六枚中国驰名商标、两个国家 4A 级景区、两处国家工业遗产和一个全国重点文物保护单位的企业。公司坐拥“三河两湖一湿地”，所在地宿迁与法国干邑白兰地产区、英国苏格兰威士忌产区并称“世界三大湿地名酒产区”。



公司 2003 年首创以“味”为主的绵柔型白酒质量新风格，2008 年“绵柔型”作为白酒的特有类型被写入国家标准，被誉为“绵柔鼻祖”。拥有 56 名国家白酒评委，78 名省级品酒委员，技术人才优势明显。2024 年“梦之蓝手工班”获得年份老酒权威认证。

公司拥有洋河、双沟两大中国名酒。洋河大曲于 1979 年、1984 年、1989 年在全国评酒会上被评为“国家名酒”；双沟大曲在 1955 年第一届酿酒工业大会上被评为“甲等佳酒第一名”，于 1984 年、1989 年全国评酒会上被评为“国家名酒”。



公司所在地宿迁，位于北纬 33° 黄金酿酒带，坐拥“三河两湖一湿地”，具有得天独厚的自然生态与酿造微生态。中国白酒宿迁产区与苏格兰威士忌产区、法国干邑白兰地产区被评为“世界三大湿地名酒产区”。

公司是原酒产能规模和储酒规模领先的中国白酒企业。2024 年洋河窖池群正式被吉尼斯世界纪录认证为世界“最大规模的白酒窖池群”。



## 企业文化

### 企业使命

为人民美好生活而酿造

### 企业精神

创新成就梦想

### 发展理念

领先领头领一行  
报国报民报一方

### 管理理念

以人为本 科学管控

### 激励理念

鼓励创新者 鞭策后进者  
重用实干者

### 品质内涵

绵柔的 健康的 洋河的



### 企业愿景

成为基业长青  
飘香世界的伟大企业

### 核心价值观

品质主义 长期主义  
利他主义 价值主义

### 核心竞争力

绵柔基因  
创新创造 梦想底色

### 执行理念

立即响应  
团结协作 结果导向

### 人才理念

达人成己 有为有位

### 质量理念

精益求精 极致卓越

## 重要荣誉



|              |                        |                    |
|--------------|------------------------|--------------------|
| 综合实力<br>价值厚积 | 2025 年度新华社品牌工程         | 新华社                |
|              | 连续 13 年获信息披露考评最高评级 A 级 | 深圳证券交易所            |
|              | 2025 中国企业品牌价值 TOP100   | 国务院国资委、全国工商联、新华通讯社 |
|              | 中国酒业优秀企业法务团队           | 中国酒业协会             |
|              | 中国酒业知识产权保护典型案例         | 中国酒业协会             |
|              | 同行功勋单位                 | 中国食品安全报社           |
|              | 江苏省酿造（酒）产业卓越贡献成就奖      | 江苏省酒类行业协会          |
|              | 守合同重信用企业               | 江苏省企业信用管理协会        |
|              | 新质生产力示范奖               | 苏企合作发展大会组委会        |

|              |                                    |                |
|--------------|------------------------------------|----------------|
| 文化遗产<br>传承焕彩 | 国家工业遗产：洋河老窖池群及酿酒作坊                 | 中华人民共和国工业和信息化部 |
|              | 洋河股份总工程师周新虎入选第六批国家级非物质文化遗产代表性传承人名单 | 中华人民共和国文化和旅游部  |
|              | 江苏省第二批省级非遗工坊：双沟非遗工坊                | 江苏省文化和旅游厅      |
|              | 第五批湖北老字号：梨花村酒业                     | 湖北省商务厅         |



社会责任  
彰显担当

|                           |                      |
|---------------------------|----------------------|
| 最具爱心慈善捐赠企业                | 江苏省民政厅、江苏省人力资源和社会保障厅 |
| 上海合作组织天津峰会“官方酒水支持单位”      | 上海合作组织天津峰会           |
| 先进技术成果转化公益事业战略合作伙伴        | 中国航天基金会              |
| 第八届中国卓越 IR 最佳 ESG 奖、最佳信披奖 | IRSC 上市公司跨境路演平台      |

智造升级  
绿色发展

|   |                |
|---|----------------|
| 入选“万兆光网试点项目”                                    | 中华人民共和国工业和信息化部 |
| 2025 年全国县域数字化商贸流通龙头企业典型案例名单                     | 中华人民共和国商务部     |
| 2025 年首批“江苏省先进级智能工厂”                            | 江苏省工信厅         |
| “智慧酿造工业互联网平台”入选江苏省“行业特色工业互联网平台”                 | 江苏省工信厅         |
| 2025 轻工行业绿色制造标杆企业                               | 中国轻工业联合会       |
| “白酒企业数字化智慧能源管控技术”入选《轻工行业重点领域节能降碳先进技术目录(2025 版)》 | 中国轻工业联合会       |
| 海之蓝、银柔和通过江苏省碳足迹标识认证                             | 江苏省产品碳足迹公共服务平台 |

## ESG 管理

洋河股份充分认识到良好的 ESG 管理对于企业、社会与环境可持续发展的重要性，不断完善 ESG 管理体系，积极开展 ESG 各维度实践举措。公司已连续 15 年披露社会责任类报告、连续 3 年披露 ESG 报告，并在 2024 年正式加入联合国全球契约组织（UNGC），彰显出公司作为国有控股上市企业的责任与担当。



第八届中国卓越 IR（2024-2025）最佳 ESG 奖

## ESG 管理体系

为提升环境、社会及公司治理（ESG）管理水平，2025 年，公司在董事会下设 ESG 委员会，形成由董事会、ESG 委员会、ESG 工作组、安全环保能源监管部构成的“决策—管理—执行”三级 ESG 管理架构。



董事会

- 在决策层中发挥核心作用，统筹负责 ESG 决策工作；
- 审议通过年度环境、社会和公司治理报告。



ESG 委员会

- 关注和研究可持续发展的相关政策及法规，了解并掌握公司可持续发展的全面情况并提出建议；
- 识别和评估公司在环境、社会及治理方面的风险与机遇，指导管理层对 ESG 风险和机遇采取适当应对措施；
- 制定公司的环境、社会及治理工作发展方针、战略、目标及管理机制，统筹推动公司 ESG 体系建设；
- 审查和监督公司环境、社会及治理工作相关目标进展和完成情况并提出建议；
- 审核公司环境、社会及治理事项相关报告。



ESG 工作组

- 积极参与环境、社会和公司治理相关制度完善、目标和工作计划的执行，相关数据统计与分析、报告编制等工作



安全环保能源监管部

- 为 ESG 委员会的日常办事机构，对委员会负责，配合委员会推进和落实 ESG 的管理与实施，负责委员会的工作联络、材料收集、会议组织和决议落实等工作。

ESG 管理架构

## 利益相关方沟通

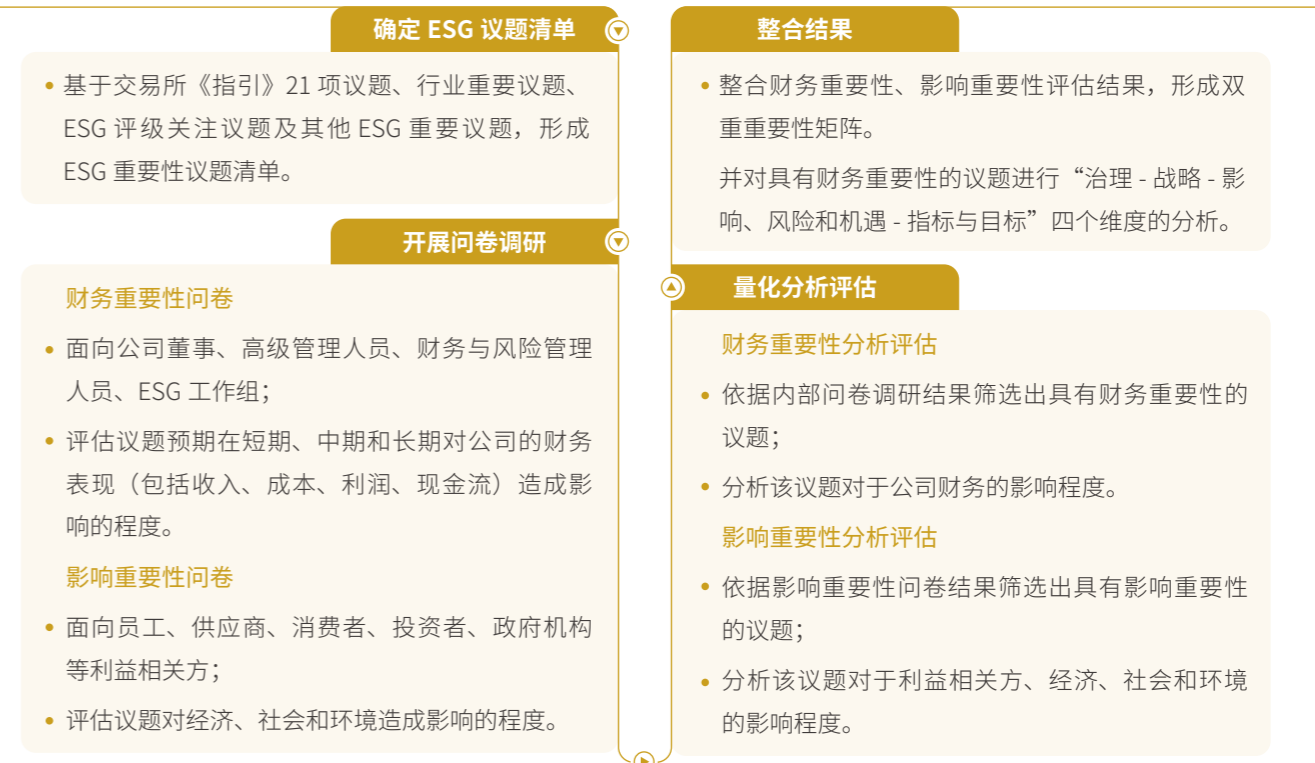
为系统化识别并回应消费者、供应商、员工、政府机构、投资者等利益相关方对 ESG 管理的诉求与期望，公司搭建了覆盖“识别—响应—监测—改进”的利益相关方沟通机制，通过多种合理渠道与利益相关方展开对话，深入了解各利益相关方关注的议题、需求和期望，公司通过设置监测指标、落实监测部门、确定监测频率等方式，积极沟通并监测相关方的需求，并将其转化为公司内部管理要求。

| 利益相关方  | 关注与期望   | 沟通回应方式   |
|--|---|--|
|  <b>政府及监管机构</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>合规运营</li> <li>经济发展</li> <li>环境保护</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>贯彻国家政策</li> <li>依法纳税</li> <li>实现可持续发展</li> </ul>  |
|  <b>股东</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>投资回报</li> <li>经营绩效</li> <li>公司治理</li> <li>投资者关系</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>积极的利润分配</li> <li>规范公司治理</li> <li>信息披露</li> <li>三会规范运作</li> <li>积极开展投资者活动</li> </ul>           |
|  <b>员工</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>员工权益与福利</li> <li>员工健康与安全</li> <li>员工培训与发展</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>具有竞争力的薪资体系</li> <li>完善的培训与晋升机制</li> <li>定期体检</li> <li>安全生产与防护</li> <li>文化活动</li> </ul>        |
|  <b>消费者</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品安全</li> <li>产品质量</li> <li>售后服务</li> <li>负责任营销</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>质量管理与食品安全管理</li> <li>打假维权与售后服务平台</li> <li>宣传理性饮酒</li> </ul>                                   |
|  <b>经销商</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>政策支持</li> <li>营销转型</li> <li>诚信友好合作</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>制定营销政策与服务准则</li> <li>实施对经销商的支持政策</li> <li>负责任营销</li> </ul>                                    |
|  <b>供应商</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>公平工作采购</li> <li>诚信遵守合约</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>完善供应商管理制度</li> <li>打造可持续供应链</li> </ul>  |
|  <b>社区及公众</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>绿色生产</li> <li>低碳发展</li> <li>乡村振兴</li> <li>社会贡献</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>加强环境管理</li> <li>开展环保宣贯</li> <li>促进绿色生产</li> <li>乡村振兴活动</li> <li>公益活动</li> <li>文化传播</li> </ul> |

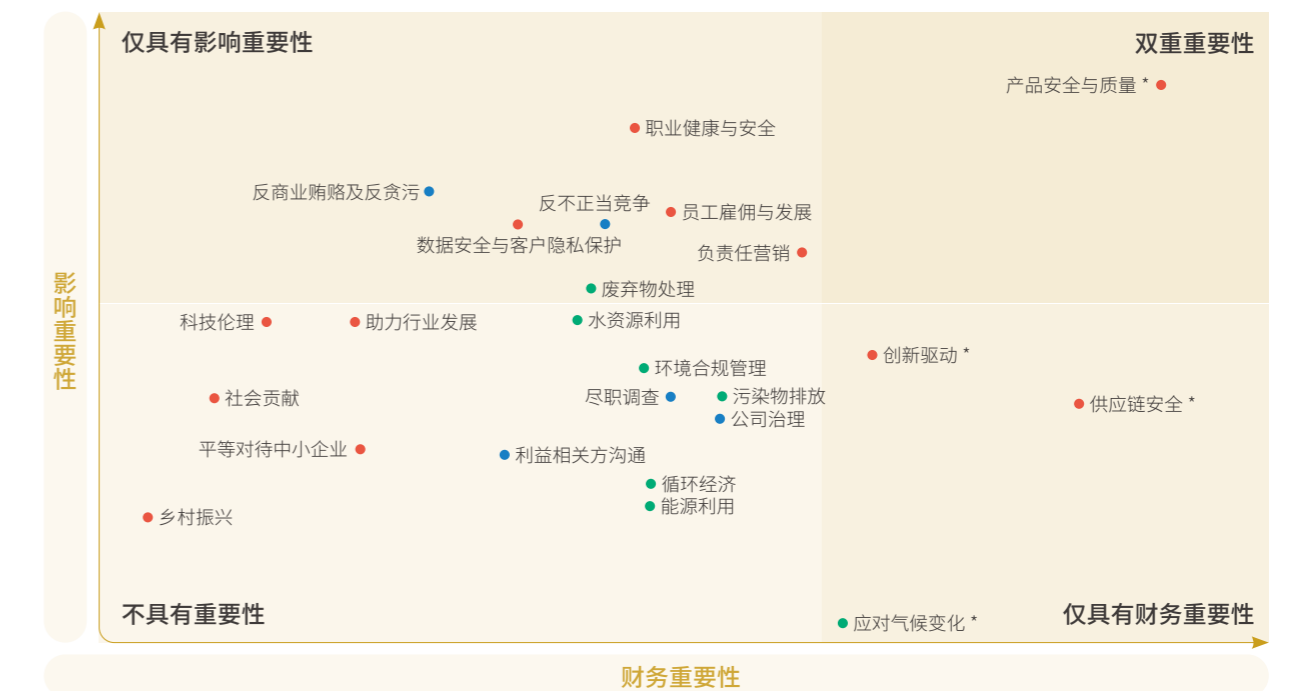
## 双重重要性议题

为更好地回应各方期待、提升 ESG 管理的实质性、透明性和有效性，公司依据交易所《指引》及财政部《企业可持续披露准则——基本准则（试行）》中对于 ESG 议题重要性的识别与分析的相关要求，结合自身所处行业和经营业务的特点等情况，建立议题识别和重要性分析的流程，引入影响重要性和财务重要性的双重视角进行分析。

2025 年，公司面向利益相关方及内部相关人员，发放并回收财务重要性问卷、影响重要性问卷共计 145 份，充分了解各 ESG 议题对于公司及利益相关方的影响程度。



双重要性调研流程



注：\* 号议题为具有财务重要性议题，报告中按照“治理—战略—影响、风险和机遇管理—指标与目标”四要素进行分析披露。

- 环境议题
- 社会议题
- 治理议题

2025 年度双重重要性矩阵

# 生态 酿造

## 守长期主义

理念

洋河股份牢固树立“绿水青山就是金山银山”理念，坚持“生态立企、绿色酿造”，构建起覆盖生产经营全链条的绿色管理体系。公司紧扣“双碳”目标，聚焦节能降碳、减污治污、循环利用三大关键环节，通过技术创新与管理优化，推动生产方式绿色转型，切实履行环境责任，助力行业与社会低碳发展。

### SDGs 对标



我们的行动

环保合规与风险管理

节能降碳与气候治理

污染防治与废物减排

资源利用与循环经济

绿色运营与生态保护

43 | 38 | 32 | 22 | 18

# 环保合规与风险管理

洋河股份严格遵守《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》《中华人民共和国节约能源法》等环保相关法律法规及地方环保要求，坚持与贯彻环境保护与绿色发展理念，注重环境风险与环保合规管理，强化源头预防、过程控制、末端治理，持续完善环境管理体系。

## 环境管理体系

公司制定并践行绿色管理理念与战略，根据国家环境保护法律法规及行业标准，制定《环保管理制度》《危险废物管理制度》等一系列环境合规管理文件。同时设立由董事会作为最高负责机构、安全环保委员会统筹进行管理的环境管理架构，强化对废水、废气、废弃物、能源、水资源、生物多样性等环保管理主体责任落实。截至报告期末，公司已获评 1 个国家级绿色工厂及 2 个省级绿色工厂，公司及下属主要生产公司均已获得 ISO 14001 环境管理体系认证。

### 报告期内

公司环境管理总投入  
**5,116.80** 万元



**未发生**违反环境法律法规事件，未因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚。



公司及下属主要生产公司均已通过环境管理体系 (ISO 14001) 认证



公司已获评 1 个国家级绿色工厂及 2 个省级绿色工厂

### 董事会 ESG 委员会

- 制定公司环境工作发展方针、战略、目标及管理机制；
- 审查和监督公司环境工作并提出建议。

### 安全环保委员会

- 贯彻落实国家、省、市环保工作方针政策、法律法规和标准，执行本市和地方政府环保工作部署；
- 组织制定、实施环保规章制度、工作计划和工作措施；
- 指导、协调研究解决存在的重大环保安全生产问题，协调并监督、检查环保隐患排查整改工作，负责对公司出现的各类环保事故进行调查，组织、协调重大事故调查处理；
- 每季度召开一次安全环保委员会会议，总结、计划、布置公司环保安全生产工作；
- 负责全公司环保安全生产目标管理和培训考核工作，对公司员工环保工作有考核、奖惩权。

### 各生产基地安全环保部

- 贯彻落实国家及有关部门安全环保工作方针政策、法律法规和标准；
- 分解、落实、执行公司安全环保战略规划、目标指标、工作计划、管理制度；
- 负责环境管理体系标准化日常运行；
- 负责环保监督检查、宣传教育、应急管理、责任体系建立完善，以及环保评价、清洁生产、节能减排；
- 负责“三废”治理达标排放，污水站运行控制和日常管理；
- 负责编制安全环保事故应急预案，突发事件应急处置，做好安全环保事故调查处理。

公司环境管理架构



## 环境风险管理

公司将环境相关风险的识别、评估与预防纳入整体风险管理工作中，建立“分层级、多维度”的环境风险识别体系，每年结合国家环保法规更新、公司生产规模调整等情况，动态梳理环境因素管理清单，将新增风险源纳入管控范围。为有效监测与应对环境风险，公司设置有环保监管专员常态化开展环保检查工作，各生产基地定期开展环境因素风险排查，制定环境自行监测方案，实现环保隐患排查、追溯、整改的闭环管理，定期委托第三方资质机构取样检测，确保公司的环境风险得到有效控制。

### 环境风险识别

- 建立环境因素识别与风险排查机制，通过工艺流程图与物料清单倒推方式识别关键环境风险点并形成台账，覆盖生产经营全过程；
- 各生产主体定期开展环保隐患排查与专项检查，结合环境因素识别评价结果制定针对性管控措施并持续整改。

### 关键环节监控

- 围绕污水处理等高环境风险环节，完善处理设施与雨污分流系统，配套专业环保管理人员，从源头减排、过程控制与末端治理三环节实施管控；
- 针对高浓度有机废水处理过程，对 COD、氨氮、总氮、总磷等关键指标实施工艺参数监控、现场巡检与在线监控相结合的多层级监控措施。

### 环境风险监测

- 公司及分子公司均制定自行监测方案，重点排口安装 COD、氨氮、总氮、总磷、pH 在线监测设备，并接入省、市监管平台实时传输数据；
- 污水处理站配备专职检测人员，每日开展人工取样化验并留存记录；
- 定期委托具备资质的第三方机构开展污水检测，实现多来源数据交叉验证。

### 环境风险管理措施

### 案例 | 环保“四不两直”风险点督察标准化清单

2025 年 3 月，公司依据国家环保法律法规及内部环境管理制度，编制并下发《环保“四不两直”风险点督察标准化清单》，覆盖环评合规、污水处理、废气治理、危废管理、雨污分流、车辆排放、台账管理等重点领域，明确迎检流程、资料准备、现场配合及整改闭环要求，同时按部门细化涉水、涉气、涉固废风险检查要点。通过清单化、标准化管理方式，提升各生产单元环境合规水平与风险前置防控能力，强化环境管理可追溯与快速响应机制。

## 环境应急管理

公司积极预防突发环境事件，制定有《突发事件应急处置管理办法》，并要求各生产型分子公司制定并及时更新《突发环境事件应急预案》，建立应急救援组织体系，向当地生态环境部门做好备案，积极开展环境应急演练，以强化环境应急管理水平。

2025 年，公司依据生产经营现状更新完善《突发环境事件应急预案》，新绘制“应急管理一张图”，通过对应急风险的精准梳理，加强应急能力与指挥救援能力。

### 案例 | 开展突发环境事故应急演练，提高应急处置能力

2025 年，公司各生产基地遵循应急预案要求，组织开展“突发污水管网外溢演练”“防汛应急演练”“酒水泄漏演练”“危险废物泄漏演练”等各类环境突发事件应急演练 10 余次。在检验各基地环境应急预案有效性和可行性的同时，提升员工处置与应对突发环境事件的基本能力，有效预防、控制和科学应对环境突发事件。



洋河分公司突发污水管网外溢演练



双沟酒业总磷超标应急演练



泗阳分公司防汛应急演练

# 节能降碳与气候治理

洋河股份深入践行碳达峰、碳中和目标承诺，持续强化气候治理与绿色减排实践，坚持将生态设计、清洁生产与循环经济理念贯穿产品全生命周期，聚焦节能降耗、清洁能源应用及能源管理优化等关键环节，系统推进酿酒产业链向绿色低碳转型。通过构建绿色制造体系，进一步提升产业链整体低碳水平，不断夯实企业绿色发展的管理基础与实践能力。

## 应对气候变化

公司高度关注气候变化对水资源供给、能源价格波动、农业原料稳定性及产业可持续发展的深远影响，将气候变化因素纳入绿色发展与运营管理的重要考量。

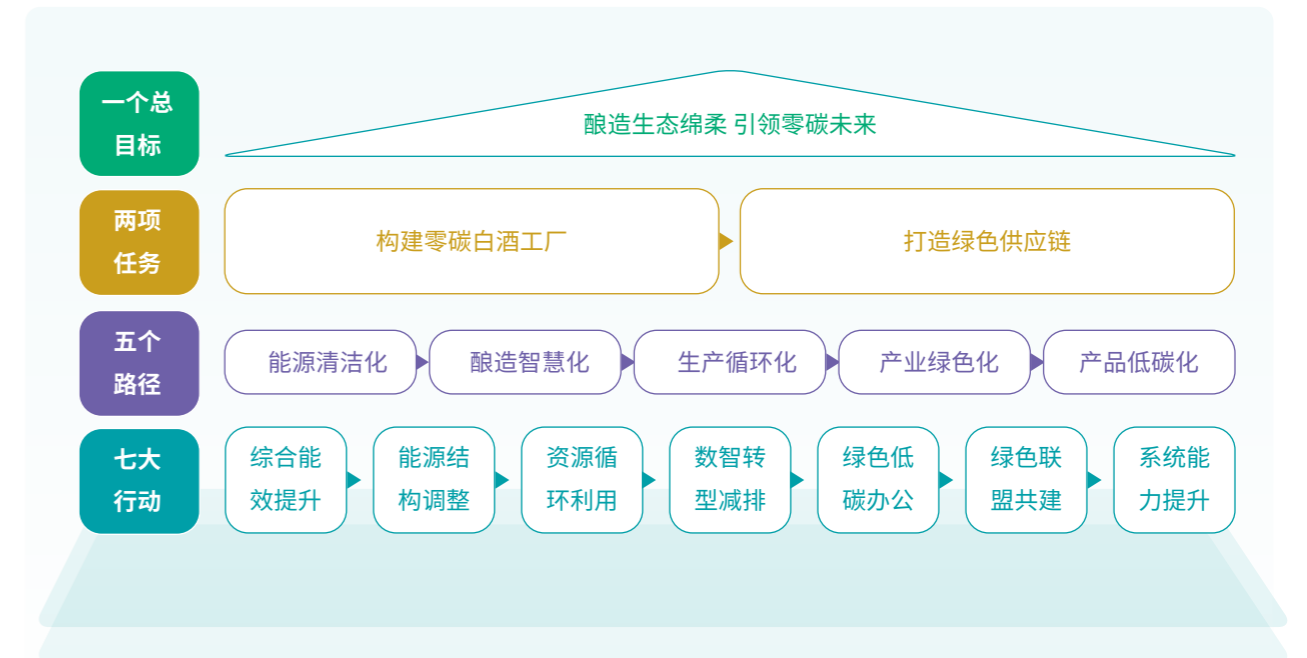
## 治理

气候变化是公司 ESG 工作的重要议题，由董事会 ESG 委员会作为最高管理机构，并成立由总裁担任组长的双碳项目推进领导小组，下设项目推进办公室，具体负责“双碳”工作的日常推进落实。先后推进《洋河股份碳达峰碳中和行动方案》白皮书，提出“一二五七”“双碳”战略，持续推进零碳车间、碳管理体系、碳足迹标识认证等实践举措，加强对于气候风险与机遇的管理，探索公司低碳发展的有效路径。



公司“双碳”规划管理架构

2025 年，为全面提升公司各生产基地碳排放核算基础能力建设水平，公司一方面编制《碳排放综合评价方案》并组织开展三大基地成品生产碳排放评价，对当前碳管理中存在的不足及改进方向进行评估分析；另一方面强化专业人才队伍建设，累计培养温室气体核算专业人才 7 人、其中 2 人获温室气体管理师认证。



## “一二五七”双碳战略

## 荣誉资质



公司碳管理体系已获得第三方权威机构认证证书

公司 101 酿酒车间持续获得零碳车间认证

## 战略

公司结合白酒酿造行业业务特征，遵循深交所《指引》要求，参考气候相关财务信息披露工作组（Task Force on Climate-Related Financial Disclosure, TCFD）、《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》（IFRS S2）等披露框架，识别重要气候风险和机遇，优化关键气候风险应对措施，为低碳转型提供支持。

### 气候相关风险及影响识别清单

| 风险类型       | 风险说明   | 风险发生的时间周期 | 风险发生的可能性 | 对公司财务的影响说明                            | 应对措施  |
|------------|--|-----------|----------|---------------------------------------|---|
| 急性物理风险     | 洪涝、高温、暴雨等极端天气可能影响粮食原料产区、厂区安全及仓储设施，导致原料供应波动、生产中断或基酒储存环境受到扰动 | 短期        | 中等       | 原料采购成本波动、停产损失及仓储修复支出增加，可能影响当期产量与库存稳定性 | 加强厂区防灾与仓储环境监测；建立多区域原粮采购体系；完善极端天气应急预案，开展应急演练 |
| 慢性物理风险     | 气温、湿度、水资源条件长期变化可能影响发酵稳定性、微生物环境及水质条件，提高工艺控制难度               | 中长期       | 中等       | 工艺波动带来质量稳定性风险，可能增加过程控制成本与技术投入         | 强化环境监测与智能化发酵控制；推进节水与水源地保护工程；加强酿造微生物保护与技术研究  |
| 资源与要素风险    | 用水与能源监管趋严，区域水资源约束及能源价格波动可能提高酿造环节运行成本                       | 中长期       | 高        | 能源及水资源成本上升，可能压缩利润空间                   | 推进节水改造与循环用水系统；实施光伏发电、节能技改与能效提升项目            |
| 政策与法律风险    | 碳达峰碳中和政策持续推进，重点用能企业碳排放管控及信息披露要求趋严                          | 中长期       | 高        | 增加碳盘查、减排改造与信息披露成本，可能带来合规投入压力          | 建立碳管理体系；制定“一二五七”“双碳”战略；强化气候相关信息披露           |
| 市场与消费者偏好风险 | 渠道与消费者对绿色低碳产品与绿色供应链关注度提升                                   | 中长期       | 中等       | 若绿色转型滞后，可能影响品牌偏好与高端市场竞争力              | 推进绿色酿造与低碳供应链建设；加强绿色品牌传播                     |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

### 气候相关机遇及影响清单

| 机遇类型    | 机遇说明                     | 机遇发生的时间周期 | 机遇发生的可能性 | 对公司财务的影响说明      | 应对措施                              |
|---------|--------------------------|-----------|----------|-----------------|-----------------------------------|
| 绿色生产机遇  | 绿色酿造、低碳工厂建设有助于形成差异化竞争优势  | 中长期       | 高        | 提升品牌溢价能力与市场认可度  | 推进绿色工厂与零碳车间建设，同时鼓励供应商开展节能降碳绿色生产工作 |
| 降本增效机遇  | 节能降耗与热能回收可降低蒸汽、电力等单位产品能耗 | 短中期       | 高        | 降低单位生产成本，改善毛利水平 | 积极开展老旧设备改造、蒸汽管控降损等能效改造项目          |
| 可再生能源机遇 | 绿电使用与分布式能源布局可降低碳强度       | 中长期       | 中等       | 对冲未来碳成本，优化能源结构  | 采购绿电与绿证，建设分布式光伏，提升清洁能源占比          |
| 金融与政策机遇 | 绿色金融与节能专项政策支持力度加大        | 短中期       | 中等       | 获得绿色融资与补贴支持     | 申报绿色项目与节能项目专项资金                   |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

## 影响、风险和机遇管理

公司已将气候变化相关影响、风险及机遇纳入整体风险管理体系统筹管理，并通过《风险和机遇评估分析表》对相关事项的识别方法、应对措施及完成时限予以明确。依托定期风险评估和日常运营管理机制，公司持续关注极端气候事件、能源成本波动及政策调整等因素可能带来的运营与合规压力，并将评估结果作为优化经营管理决策的重要参考依据。

基于风险与机遇识别结果，公司积极开展温室气体减排实践，组织产品碳足迹盘查、打造零碳车间，通过优化能源结构、改进酿造工艺、升级生产设备、提高生产效率等措施实现绿色低碳发展，支持美丽中国建设。

### 案例 | 开展重点白酒产品碳标识认证，加强上游碳足迹管理

公司围绕重点产品碳排放管理，引入第三方专业机构对洋河及双沟品牌核心产品“480ml 42vol 海之蓝”和“450ml 42vol 银柔和”开展产品碳足迹核查及碳标识认证工作。核查过程遵循《ISO 14067:2018 温室气体——产品碳足迹量化要求和指南》及《T/CSA 1103-2025 温室气体 产品碳足迹量化方法与要求 白酒》等相关标准，系统梳理原料获取、生产加工、能源使用及厂内物流等环节数据，按“从摇篮到大门”边界进行量化核算与方法论校验，出具独立核查报告，并通过江苏省白酒产品碳标识认证，同时也是行业内首份通过碳标识认证的白酒产品。

注：具体温室气体减排具体实践详见“能源管理”“绿色办公”章节。

“480ml 42vol 海之蓝” 产品碳足迹

原料获取

52.67%

主要来源为酒瓶、包装盒、手提袋，其他来源包括高粱、小麦、瓶盖等材料

原料运输

4%

包括玻璃瓶、高粱、包材、稻壳等运输排放

生产制造

43.31%

主要来源为外购蒸汽，其他来源包括厂内光伏、市电、厂内污水



原料获取

50.96%

主要来源为酒瓶、小麦、包装盒、手提袋、泡沫垫及盖子，其他来源包括高粱、包装箱、大米等

原料运输

2.19%

主要来源为高粱运输，其他来源包括酒瓶、小麦、包装盒等运输排放

生产制造

46.84%

主要来源为外购蒸汽，其他来源包括厂内光伏、市电、厂内污水

“柔和双沟（银柔和）450ml 42vol 浓香型白酒” 产品碳足迹

## 指标与目标

公司以“酿造生态绵柔，引领零碳未来”为应对气候变化（双碳规划）总体目标，系统推进碳排放管理工作，依据 ISO 14064、《IPCC 2006 年国家温室气体清单指南》、省级温室气体清单编制指南（试行）等核查准则，对主要生产基地温室气体排放开展全面、细化的盘查与核算。通过识别生产运营环节中的排放重点与关键来源，为制定针对性强、可执行性高的减排措施提供数据基础。随着碳管理工作持续推进，公司正结合经营实际和管理基础，研究设定科学、合理的阶段性温室气体减排目标。

报告期内，公司温室气体排放总量（范围一+范围二）绩效如下表所示：

| 指标                  | 单位             | 2023 年     | 2024 年     | 2025 年     |
|---------------------|----------------|------------|------------|------------|
| 直接温室气体排放量（范围一）      | 吨二氧化碳当量        | 16,192.24  | 18,204.79  | 17,828.26  |
| 输入能源的间接温室气体排放量（范围二） | 吨二氧化碳当量        | 519,488.83 | 505,144.6  | 455,957.99 |
| 温室气体（范围一+范围二）排放量    | 吨二氧化碳当量        | 535,681.07 | 523,349.39 | 473,786.25 |
| 温室气体（范围一+范围二）排放强度   | 吨二氧化碳当量 / 万元产值 | /          | 0.1379     | 0.1276     |

### 报告期内

公司温室气体（范围一+范围二）

排放量同比上年下降 **9.47%**

每万元产值温室气体（范围一+范围二）

排放强度同比上年下降 **7.47%**

注 1:2025 年温室气体排放盘查范围包括：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、贵酒修文基地、贵酒茅台基地、梨花村酒业、南京运营中心。



## 能源管理

作为白酒酿造企业，公司消耗的直接能源包括天然气、汽油、柴油，消耗的间接能源包括电力、蒸汽。公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》《中华人民共和国能源法》等法律法规，通过构建完善的能源管理体系、采取节能降耗举措，在提升能源使用效率、降低生产成本的同时，减少温室气体排放，推动公司清洁低碳转型。

### 能源管理架构

公司已建立由总裁担任主任的设备能源管理委员会，下设设备能源管理委员会办公室，统筹和落实公司各项能源管理与节能降耗工作。同时公司能源管理事宜作为 ESG 工作重要议题，由董事会 ESG 委员会审查监督，确保能源管理工作落实到位。

#### 设备能源管理委员会

- 统筹对各基地设备、能源保障中长期规划可行性方案的审核与决策；
- 统筹对各基地设备能源内外协调、政策争取、定额考核及亮点复制推广的审核和决策；
- 统筹对各基地设备更新购置、技术技改、年度夏季大修可行性方案的审核与决策；
- 统筹研究、宣贯国家、省市及行业设备、能源管理等方面的方针政策、法律法规。

#### 设备能源管理委员会办公室

- 牵头公司设备、能源相关规章制度、技术规程等制度标准管理，指导各基地设备、能源规范管理，系统提升设备、能源管理水平；
- 负责公司能源调度、耗能考核、设备管理工作监督检查机制的建立，定期开展能源、设备管理专项检查；
- 牵头公司各基地设备、能源管理优秀做法复制推广，定期开展设备、能源专项分析等工作；
- 负责公司设备、能源相关荣誉申报、项目资金争取等工作的牵头和落实。

#### 能源管理架构

在制度层面，公司制定《能源管理体系管理手册》《洋河股份能源管理办法》等文件，各生产基地制定有《能源管理办法》《酿酒、包装耗能定额考核办法》《用电管理办法》等能源管理制度及考核管理办法，明确了对于能源管理的具体要求、工作机制及考核管理。公司以“遵章守法，科学发展；节能降耗，高效环保；综合利用，清洁生产；持续改进，追求卓越”作为公司能源管理体系方针，指导各生产基地开展能源节约与综合利用工作。

## 能源节约措施

公司采取了一系列具体措施加强对能源监测与节约，包括设备替换、工艺改进、清洁能源应用等。为营造节能氛围、促进节能工作落地，公司每年制定节能降耗工作目标，规定了节能技术改造计划与实施管理机制，并通过设置“节能建议合理化奖”“节能改进奖”，对公司节能降耗工作做出贡献的员工予以物质和精神奖励。

### 重要能源节约措施成效

#### 洋河分公司

创新采用双阀联控调节系统，减少管网损耗，同比减少用汽量 3356 吨



双阀联控调节系统

研究应用蒸汽减温增量技术，在保障生产质量前提下实现年度节约蒸汽 990 吨



蒸汽减温增量技术

#### 双沟酒业

酿酒车间恒压供汽改造项目，年可节约蒸汽 0.35 万吨

212 车间浴室太阳能集热装置，年可节约蒸汽 313 吨



浴室太阳能集热装置

#### 贵酒修文基地

将酿酒车间馏酒冷却方式由传统水冷改为高效水冷

通过馏酒余热回收用于浴室、锅炉房供水加热，累计节约天然气约 41,427.59 立方米，减少碳排放量 89.57 吨



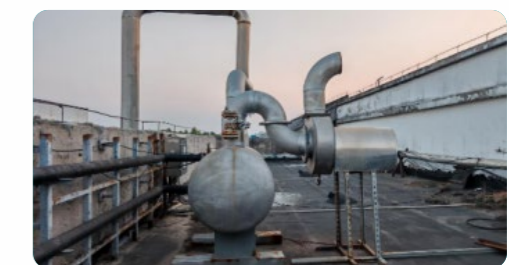
馏酒热回收

#### 泗阳分公司

利用热交换技术，完成酿酒蒸煮乏汽的回收再利用，年可节约蒸汽 255 吨

推广浴室太阳能集热装置，减少浴室加热蒸汽使用，单个装置年可节约蒸汽用量约 330 吨

曝气系统改造，开展好氧曝气管道与曝气风机联动试验，风机运行功率由 200kW 降至 150kW，全年可节约电量约 10 万度



酿酒蒸煮乏汽再利用

## 清洁能源使用

公司持续加大对清洁能源的投资力度，推动生产流程与清洁能源深度融合。积极布局“光伏建设”与“绿电直购”联动的可再生能源替代体系，在各生产基地利用厂房闲置屋面建设光伏发电项目，在减轻节电限电压力的同时，减少生产运营中的碳排放。2025 年，公司使用清洁能源以天然气、太阳能为主，清洁能源占综合能源消耗量比例为 6.81%。

注 1：公司清洁能源使用数据统计范围包括公司主要生产基地：洋河分公司、双沟酒业、泗阳分公司、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地。  
注 2：清洁能源详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

报告期内

公司使用光伏共计  
**30,888.77** 兆瓦时

年采购使用绿电  
**350** 万度



洋河分公司屋顶光伏

## 能源管理绩效

公司各生产基地依据实际情况，每年对上一年度的能源指标绩效进行评估，确定下一年度的能源节约与管理目标，并将指标目标进一步细分为“公司级”“部门级”，实现对能源利用工作的精益治理。

### 能源节约管理目标

| 减排目标                            | 报告期内进展 / 达成情况              |
|---------------------------------|----------------------------|
| 洋河、双沟、泗阳生产基地酿酒电耗均值应小于指标值 (56)   | 已达成<br>主要生产基地酿酒电耗均值为 52.10 |
| 洋河、双沟、泗阳生产基地酿酒汽耗均值应小于指标值 (4.12) | 已达成<br>主要生产基地酿酒汽耗均值为 4.07  |

报告期内

公司综合能源消耗量为  
**150,869.12** 吨标准煤

同比上一年度下降  
**14.71** %



公司每万元产值能源使用强度为  
**40.64** kgce/万元产值

同比上一年度下降  
**12.83** %



注 1：数据统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地。  
注 2：能源具体详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

## 污染防治与废物减排

洋河股份坚持“绿色酿造，生态立企”的环保理念，围绕“资源化、减量化”的废弃物管理目标，不断强化对废水、废气、废弃物、噪声的管理和减排工作，致力于降低生产运营对于周边生态环境的影响，促进清洁生产。

### 污染物排放

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国噪声污染防治法》等法律法规及《酒类制造业水污染物排放标准》《锅炉大气污染物排放标准》等行业标准，遵循合规性、高效性、经济性的原则，落实完善对废水、废气、噪声等污染物的有效处理。

公司下属洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、贵酒修文基地属于环境信息依法披露企业清单所列企业，相关单位均已取得当地生态环境局颁发的《排污许可证》，均已安装污染物在线监测仪器并定期发布监测结果，均已制定落实环境自行监测方案并定期委托第三方资质机构取样检测，切实保障污染物排放合法合规。报告期内，公司所有运营点均未因污染物排放受到重大行政处罚或被追究刑事责任。

### 废水管理

公司废水主要为生产废水及生活污水，其中生产废水主要为制酒生产废水、纯水制备废水、设备冲洗废水、罐区冲洗废水、洗瓶废水及锅炉废水，生活污水包括员工生活用水及食堂用水。为确保各类污水达标排放，公司各主要生产基地自建有污水处理站，产生废水进入污水处理站经处理达到接管标准后，方可排入城镇污水处理站处理。

近年来，公司强化污水管控治理，开展污水运行设施提标改造，累计投资 3,363.83 万元，推动污水处理向数字化、智能化运行模式转变，各类污染物均实现超低标准排放。同时配置专业的环保监管队伍，通过强化源头减排、过程管控、推动厂区雨污管网分流运行，减少废水排放总量。

#### 废水管理举措



##### 强化排放标准与制度约束

- 制定内部废水排放控制标准，主要污染物指标严于接管要求。将废水管控要求嵌入生产与现场管理规范，明确酿酒车间用水限制措施，从源头减少废水产生。
- 组织污水处理人员培训，提高人员的专业技能与环保意识。设备常态维护更新，确保污水处理设备稳定运行。

### 废水管理目标

| 废水管理目标                      | 报告期内进展 / 达成情况            |
|-----------------------------|--------------------------|
| 污水 100% 达标排放                | 已达成                      |
| COD、氨氮、总磷、总氮等重要指标均达底线抬高标准排放 | 已达成，各生产基地废水排放指标均显著优于排放标准 |
| 废水排放总量同比上年减少                | 已达成                      |

#### 案例 | 贵酒修文基地对污水处理站改造，提升污水处置能力

2025 年，贵酒修文基地对污水处理站实施系统性技术改造，全面提升了废水治理效果与达标排放保障能力。具体改造措施包括：在混凝沉淀池增设斜板结构并优化加药搅拌装置、对臭氧系统进行保养、增设参数仪表，新增活性炭投加系统以实现深度脱色与 COD 削减。在排水量约 12m<sup>3</sup>/h 的工况下，该系统可额外去除 COD 约 100mg/L，出水的色度与悬浮物指标得到显著改善。



混凝沉淀池改造



##### 升级污水处理工艺

- 采用“EGSB+AAO+深度处理技术”“源头除磷”等先进的废水处理工艺。构建新老系统“串联+并联”组合运行方法，根据进水负荷变化灵活切换模式，发挥“1+1 > 2”的协同效果。



##### 开展污水处理研究

- 开展结晶除磷与厌氧氨氧化脱氮专项研究，形成《鸟粪石结晶法除磷小试试验报告》《厌氧氨氧化脱氮技术小试分析报告》，持续优化深度脱氮除磷技术路径。

#### 报告期内

公司废水排放总量为  
**338.37** 万立方米

同比上一年度下降约  
**6%**

废水排放强度为  
**0.91** 立方米 / 万元产值

公司废水排放达标率达  
**100%**

未对员工和当地社区产生重大影响

注 1：数据统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地；

注 2：废水排放详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

## 废气管理

公司排放废气主要为生产过程中产生的锅炉废气、粉尘颗粒物等，均按照《大气污染物综合排放标准》《锅炉大气污染物排放标准》等要求经过排气筒达标排放。为减少废气排放，公司持续加强废气管理，制定《挥发性有机物管控办法》，通过锅炉低氮改造、定期更换脱硫剂、更新污水处理废气处理装置等措施降低废气污染物排放浓度，减少废气排放。

### 洋河分公司

- 酿酒粉碎采用密闭操作与局部集气，在原料粉碎、输送等产尘点设置密闭罩或半密闭罩，利用高效吸风系统、脉冲除尘设备将含尘废气集中导入处理系统，避免无组织排放
- 锅炉增加低氮燃烧器、加装 EGR 装置、送风装置、变频器、主燃气管路等附属设备改造，使锅炉氮氧化物排放达到 30mg/m<sup>3</sup> 以下，保证锅炉废气达标排放

- 通过锅炉低氮改造，锅炉氮氧化物排放浓度下降 20.65%

### 双沟酒业

- 粉碎处理单元均安装除尘设备，确保颗粒物达标排放
- 锅炉配备低氮燃烧器、脱硫罐，锅炉废气稳定达标排放
- 新增生物除臭设备，有效处理污水处理过程中产生的废气，稳定实现臭气浓度 ≤ 2000

- 将粉碎车间废气经除尘器处理后外排

### 泗阳分公司

#### 废气处理与减排措施（部分）

### 梨花村酒业

## 废水管理目标

| 减排目标                     | 报告期内进展 / 达成情况              |
|--------------------------|----------------------------|
| 各基地设定氮氧化物、二氧化硫、颗粒物废气减排目标 | 已达成，各生产基地主要废气排放指标均显著优于排放标准 |

### 报告期内

公司废气排放总量为  
**83,410.91** 万立方米

废气排放强度为  
**224.69** 立方米 / 万元产值

公司废气排放达标率达  
**100** %

未对员工和当地社区产生重大影响

注 1：数据统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地；  
注 2：废气排放量较上年出现较大波动，主要受环保设施改造、排污许可证变更新增排放口以及监测与核算方式优化等因素影响；  
注 3：废气污染物排放详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

## 噪声与异味管理

公司定期对厂界噪声、污水站恶臭气体、厂界无组织废气进行监测，检测结果均达标。对污水处理站厌氧池、调节池等恶臭挥发部位密闭式管理，更新污水处理站废气处理装置，安装相应辅助除臭设备对各挥发性恶臭进行集中收集与深度处理，推动减少周边臭气的散发。

### 噪声与异味治理举措



#### 噪声管理

- 按照排污许可及相关法规要求，建立厂界噪声定期监测机制，每年组织开展厂界噪声检测；
- 对生产运行过程中产生的噪声进行持续跟踪与管理，确保厂界噪声排放符合国家及地方标准要求；
- 定期对监测结果进行分析评估，确保噪声排放稳定达标，降低对周边环境的影响。



#### 异味管理

- 对污水处理站厌氧池、调节池、格栅井等易产生异味的部位实施密闭化或加盖管理，减少无组织散发；
- 配套建设废气收集与处理系统，通过风机集中收集异味气体并送至臭气处理设施进行净化处理；
- 按照排污许可管理要求，定期开展厂界异味气体及无组织废气监测；
- 持续优化异味收集与处理工艺，降低生产过程对周边环境的影响。



## 废弃物处理

公司无害废弃物主要包括酒糟、污泥、包装废弃物、生活垃圾，均委托第三方机构进行资源化利用或合规处置。有害废弃物主要为公司设备维修、生产过程中产生的危险废物，包括废矿物油、在线监测废液等，贮存在公司危险废物仓库，并按照法律法规要求间隔存放后委托有资质能力的机构处理。公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《环境监管重点单位名录管理办法》《危险废物转移管理办法》等法律法规及运营点所在地处理标准，在实施分类收集和资源化利用的同时，确保废弃物处理合规。

## 废弃物治理

为加强对废弃物的合规处置，公司以“无害化、减量化、资源化”为废弃物处置目标，对有害及无害废弃物的排放指标进行跟踪监测，在确保废弃物合规处置的同时，促进资源化利用，降低废弃物对于周边环境的影响。

公司制定《废旧物资处理办法》《危险废物管理制度》等废弃物管理文件，由安环部门对各产废单位进行监督检查，规范固废危废的产生、收集、贮存、处置过程，确保废弃物处置受控。对于危险化学品，公司制定并严格按照《危险化学品安全管理制度》，加强对公司危险化学品的安全管理，建立重点化学品购销台账，对品种、数量、使用情况等向有关部门备案，强化从业人员的培训，做好从业人员安全防护。



### 无害化原则

对于无法资源化利用的固体废物，公司采用符合环保要求的无害化处理方式，确保不对环境造成污染。



### 减量化原则

公司通过改进生产技术、优化产业结构，提高原材料利用率，从源头上减少固体废物的产生量。



### 资源化原则

对于产生的固体废物，公司积极寻求回收和再利用的途径，如将生产过程中的副产品进行深加工或转化为其他有用的物质。

废弃物处置原则

## 废弃物减排措施

公司围绕“资源化、减量化”目标，对酿酒生产及包装环节实施系统性优化，通过对传统生产方式开展智能化改造，提升酿酒和包装生产关键工序过程控制水平，从源头减少废酒糟及废弃包装物的产生量。同时，公司建立固体废弃物分类收集与回收利用体系，推进规范化管理与资源化处置，将酒糟经发酵和干燥处理后转化为饲料产品，实现副产物减量化与高值化利用，减少废弃物的产生。

### 废弃物管理及减排目标

| 减排目标           | 报告期内进展 / 达成情况 |
|----------------|---------------|
| 固体废物合规处置率 100% | 已达成           |
| 废弃物产生总量同比降低 8% | 已达成           |

### 报告期内

|                                   |                              |                                 |
|-----------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 公司废弃物产生总量为<br><b>467,100.72</b> 吨 | 其中有害废弃物总量为<br><b>35.61</b> 吨 | 无害废弃物总量为<br><b>467,065.11</b> 吨 |
| 同比上一年度下降<br><b>11.83%</b>         | 密度为<br><b>0.01</b> 千克 / 万元产值 | 密度为<br><b>0.12</b> 吨 / 万元产值     |

注 1：数据统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地；  
注 2：废弃物处理详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。



## 资源利用与循环经济

重视水资源管理、包材减量与循环利用既是保障酿造质量和生产连续性的基础要求，也是降低资源成本、回应监管与市场绿色发展要求的重要举措。洋河股份持续加强水资源、包材资源的管理与节约，积极推动废弃物循环利用，提高资源利用率，致力于构建资源循环、环境友好的绿色发展体系。

### 水资源利用

公司严格遵守《中华人民共和国水法》《中华人民共和国水污染防治法》等法律法规及《地下水管理条例》等政策要求，各生产基地根据实际情况成立节水工作领导小组，制定《节水管理实施细则》《节约用水管理制度》《用水计量管理制度》。公司由总裁担任主任的设备能源管理委员会负责统筹管理水资源相关事宜，由设备能源管理委员会办公室负责水资源管理的具体事务，实施“公司级、部门级”双轨管理模式，并设置水资源管理专员，对公司的水资源使用进行监测与管理。同时，公司已将水资源利用纳入 ESG 重要性议题中，由董事会 ESG 委员会负责审查与监督水资源管理相关工作进展和完成情况。

公司于 2020 年成为江苏省水权改革试点单位及地下水取水权交易单位，先后被授予“江苏能源计量示范单位”、省级“节水型企业”“绿色示范企业”、“市节水教育基地”等荣誉。

### 节水措施

公司始终以推动水资源高效利用为目标，持续拓展节水思路，开展节水实践。通过设备改造、工艺优化、循环用水等举措，降低公司所在区域的水压力，提升水资源利用效率。公司主要生产基地定期开展水平衡测试，邀请第三方机构对公司的水源情况、用水工艺及指标、节水措施等进行梳理并提出改进措施建议，持续提升水资源利用效率。

2025 年，公司洋河基地委托第三方企业对公司用水的合规性、经济性、生态学情况进行审计并取得用水审计报告，充分了解了生产经营中的用水风险及改进空间。

#### 公司主要生产基地 2025 年主要节水举措

| 洋河分公司   | 双沟酒业   | 泗阳分公司   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>通过严格控制荷花池、美人泉补水时间及瞬时流量方式降低换水频次，文旅用水量节约 25.46 万吨；</li> <li>利用供水管网数据模型，提高地下供水管网漏点排查、维修效率，降低管网漏水损耗，用水量同比节约 50.22 万吨；</li> <li>在洋河基地原料预处理车间创新探索转阀冷却与板链冲洗水循环利用，9-11 月份共节水 2.07 万吨。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>完成 2025 年水平衡测试，充分了解公司用水情况；</li> <li>每年利用“世界水日”、“中国水周”等节日进行主题性节水宣传，营造良好的节水氛围；</li> <li>持续推广自动加浆水改造，预计全年可节约用水 2,586 吨；</li> <li>实施酿酒 207、208、211 车间浴室改造，将浴池改为淋浴，年节水 0.71 万吨。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年联合水利部门开展“世界水日”、“中国水周”宣传活动，提升节水意识；</li> <li>优化加浆模式，将镰道加浆改为地面加浆，减少浆水流失，实施地面加浆的车间吨粮耗水同比节约 0.85 吨；</li> <li>协同水利部门定期测量地下水位，灵活调整深井开启顺序和频次。</li> </ul> |

### 水资源管理目标及绩效

公司每年对上一年度水资源管理目标及达成情况进行监测与评估，并以此为基础确定下一年度水资源使用目标，充分落实水资源管理职责，保障公司节水工作有效进行。

#### 水资源节约目标

| 管理目标                              | 报告期内进展 / 达成情况             |
|-----------------------------------|---------------------------|
| 洋河、双沟、泗阳生产基地平均酿酒吨酒水耗应小于指标值 (4.39) | 已达成<br>主要生产基地酿酒吨酒水耗为 4.22 |
| 洋河、双沟、泗阳生产基地平均包装吨酒水耗应小于指标值 (2.01) | 已达成<br>主要生产基地包装吨酒水耗为 1.93 |

#### 报告期内

公司总耗水量为  
**5,687,598.6** 吨

同比上一年度下降  
**12.40** %

公司水资源使用强度为  
**1.53** 吨 / 万元产值

水循环利用率为  
**82.89** %

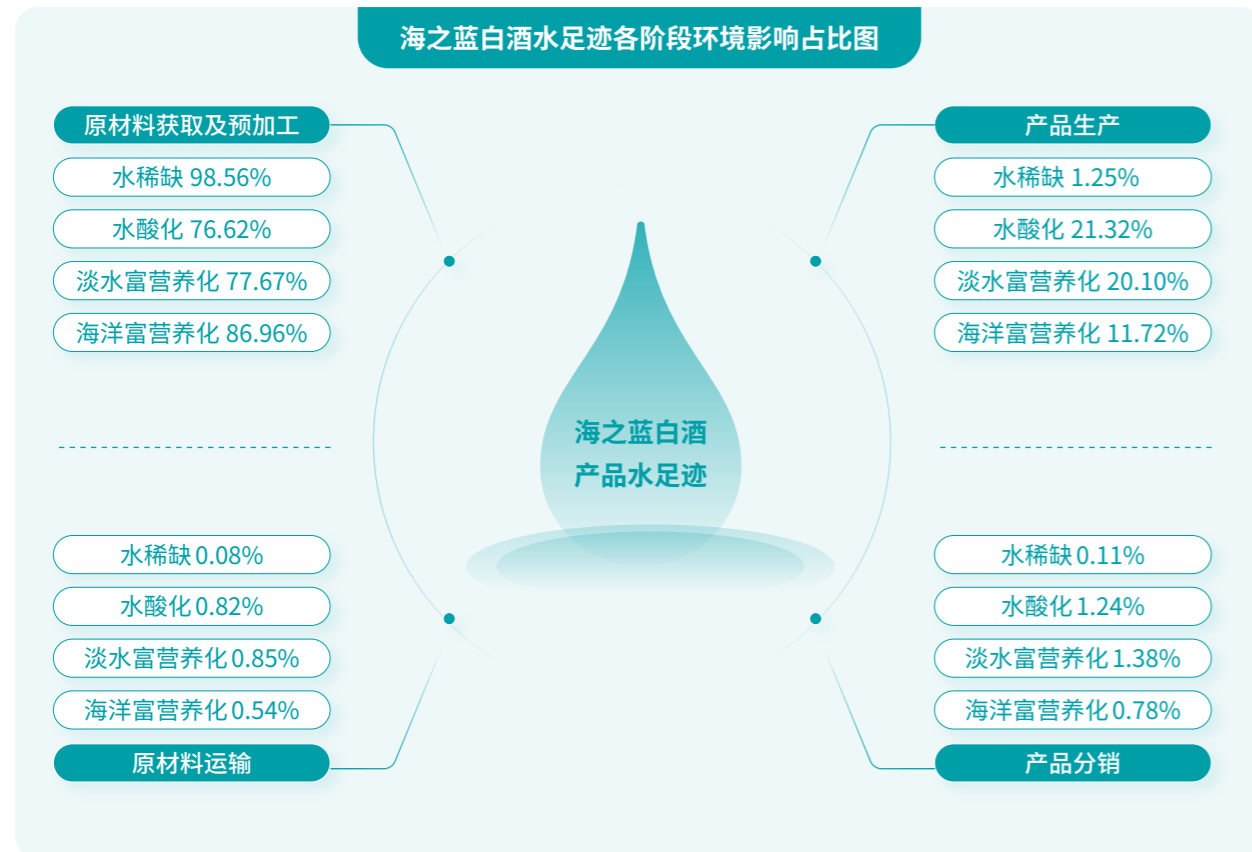
同比上一年度下降  
**14.29** %



注 1：数据统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地；  
注 2：水资源详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

## 水足迹盘查

为满足水资源可持续管理要求，系统识别产品水足迹情况，公司遵循 ISO 14046、GB/T 37756-2019 等水足迹相关标准，针对核心产品“海之蓝白酒产品”开展水足迹评价研究。基于生命周期评价方法，系统梳理原材料获取、生产制造、运输分销、产品生命末期等全流程用水与水环境影响情况，并引入独立机构开展现场核查与技术复核。



基于该产品水足迹评价结果，公司分析主要用水热点，提出节水潜力点及改进策略，为后续节水改造、工艺优化及绿色设计提供决策依据。

### 水稀缺维度

- 节水潜力点：**原材料获取与预加工（小麦、高粱、包装）占比较大，是最大节水潜力点。
- 改进策略：**优先选用节水种植的小麦、高粱，推进包装轻量化，减少高水足迹原料消耗。

### 水劣化维度

- 节水潜力点：**包装材料、热力、小麦 / 高粱原料贡献突出，减排潜力大。
- 改进策略：**优化热力使用、提升废水处理效率，选用低环境负荷包装材料，降低酸化与富营养化排放。

## 包材管理

随着绿色消费理念的逐步普及，消费者及社会相关方对酒品包装环保性与资源节约水平的关注持续提升。公司严格遵守《限制商品过度包装要求—食品和化妆品》等相关标准，制定并实施《苏酒模组化资源池》《包装材料采购计划管控办法》，将减少包装环境影响纳入公司管理要求，并围绕包装减量化、材料绿色化及工艺优化形成持续推进的包材管理策略，系统降低包装对环境的影响。

在具体实施上，公司将包装优化要求嵌入产品设计、包材选型及采购管理等关键环节，推动从源头减少资源消耗。针对玻璃瓶、瓶盖等主要包装材料，持续开展标准化与工艺优化，提升包装通用性与使用效率；同时优先选用可回收、可降解、可再生材料，合理控制包装层级和材料用量，推进包装材料结构优化与环境影响降低。相关举措已在公司多类产品包装中持续应用，并通过制度与标准向供应链传导，将包装减量与绿色要求纳入供应商管理，引导供应商协同开展包材优化与资源节约，推动包装绿色管理由企业内部向供应链延伸，实现更大范围的实施与应用。



洋河光瓶酒（蓝洋河、金洋河）

### 绿色包装设计

- 海之蓝第 7 代产品包装升级：**以绿色设计为导向，将“泡沫+绸布”复合内衬替换为一体成型纸浆托结构，采用可再生纤维材料，实现可回收与可降解；同时瓶盖外包装改为可循环塑料筐，减少纸箱使用 26,157 只，从材料选择、结构设计到工艺路径系统推进包装减量与循环利用。
- 推广光瓶酒产品：**光瓶酒“蓝洋河”“金洋河”通过取消复杂外包装，采用“转印膜”工艺替代传统纸标及花纸瓶标，减少多层标签材料使用及贴标工序，在保障外观品质与标识稳定性的同时，实现包材减量与效率提升。
- 优化手提袋提绳工艺与材质：**对双沟君坊（23 版）手提袋结构进行标准化改进，由原先金色三股扭绳统一为八股涤纶提绳，提升结构稳定性，手提袋破损率下降约 5%，穿绳作业效率提高约 15%，实现材料节约与结构优化协同推进。

### 生产工艺优化

- 降低水晶梦瓶损耗率：**围绕瓶体生产损耗问题开展专项改进，更换关键设备部件材质并优化转运方式，由纸箱运输改为托盘运输，瓶体损耗率由 1.70% 降至 0.88%，提升包装环节资源利用效率。
- 激光喷印替代油墨喷印：**对十余只产品包装标识工艺进行优化，由油墨喷印改为激光喷印，全年节约油墨约 11.8 盒，在保障产品标识合规与品质稳定的前提下，降低包材使用带来的环境负担。

### 包材循环利用

- 玻璃瓶运输包装迭代：**改用可反复循环利用的高强度塑料托盘，塑料托盘坚固耐用、循环复用次数远超木托盘，从源头减少木材资源消耗与托盘更换频次，减少废弃物产生。
- 瓶盖包装规范升级：**淘汰原有一次性纸箱、泡沫箱包装模式，统一更换为标准化专用周转塑料箱，实现瓶盖包装全流程循环化管控。

## 循环经济

公司坚持“减量化、资源化、无害化”原则，通过改进生产工艺、引入专业化资源利用模式和完善配套设施建设，系统推进酒糟、污泥、沼气等物质的循环利用，持续提升资源使用效率，降低环境影响，探索形成与酿造工艺相适配的循环经济实践路径。



### 能源循环利用

- 结合白酒酿造和污水处理工艺特点，推进能源内部循环利用。通过建设沼气综合利用工程，对污水处理厌氧环节产生的沼气进行集中收集，经回收脱硫后用于燃烧产汽，所产生的蒸汽回用于酿酒车间生产及污水处理系统加热，实现能源梯级利用和内部循环。该模式在提升能源利用效率的同时，减少化石能源消耗和温室气体排放。



### 废弃物循环利用

- 通过工艺优化提升原材料利用率，从源头减少废弃物产生量。
- 对生产过程中产生的酒糟等副产物，积极引入专业化合作实施资源化利用。
- 对酒糟实施深加工，实现资源化、经济化和无害化处置再利用，推动“变废为宝”。
- 2025 年，公司酒糟处理量为 41.32 万吨，酒糟利用率达 100%；污泥资源化处理约 4.45 万吨，危险废物约 35.61 吨，均按规定完成合规处置。



### 水资源循环利用

- 围绕生产用水和废水处理关键环节，公司持续推进循环用水和工艺优化。
- 在污水处理站运行中，采用废水替代新鲜水用于生化系统运行和设备冲洗，减少新鲜水取用。
- 通过调整旋转过滤器冲洗模式，实现与集水井水泵联动，进一步降低用水强度。
- 在生产环节，推动包装洗瓶水和酿酒冷却水循环使用，有效减少废水排放。

### 生产循环利用举措

#### 报告期内

公司各类固废回收再利用总质量达 **46.71** 万吨

其中酒糟

**41.32** 万吨

废玻璃

**0.1685** 万吨

污泥

**4.45** 万吨

废塑料

**0.1119** 万吨

废纸

**0.4983** 万吨

毛杂、废金属、废脱硫剂共

**0.1536** 万吨

## 绿色运营与生态保护

洋河股份所在地宿迁坐拥“三河两湖一湿地”生态区域，当地区域气候、水源及土壤条件优越，是农作物生长和酿酒微生物繁衍的绝佳环境，是“世界三大湿地名酒产区”之一。依托所在地生态禀赋，公司将生态环境与生物多样性保护要求融入经营决策与日常管理体系，在项目开发与生产经营中统筹考虑生态影响因素，持续开展环保宣传教育、环保实践活动、生态环境修复等工作，促进企业发展与当地生态协同发展。

## 生态系统与生物多样性保护

公司坐落于中国白酒之都—宿迁，位于北纬 33°黄金酿酒带，具有得天独厚的自然生态与酿造微生态，独特的气候环境促进了当地生物多样性，并孕育了复杂的酿造微生物群落，是天然具有中国绵柔型白酒酿造环境的生态系统。公司严格遵循生态系统与生物多样性保护相关法律法规及地方政策标准，确保生产运营活动符合相关保护要求。在具体实践中，公司通过推进闲置土地整治、开展多样化植被种植等措施，持续改善厂区及原料基地周边环境，提升土地生态功能和生物多样性水平。

开展项目生态影响评估



守护原粮基地当地生态



开展微生物多样性研究

公司新项目在建设前均经过环境影响评价并备案，确保不会对当地生态系统造成重大负面影响，保护所在地生物多样性。

在原粮基地建设充分考虑对当地生态系统的影响，推广公司酿造副产物生产的有机肥，减少复合肥等对土壤生态环境的破坏。

积极与科研院所合作，深入开展产区微生物多样性研究，通过科学的方法和手段，保护和传承本地酿酒微生物的多样性，为企业和社会的可持续发展贡献力量。

### 生态与生物多样性保护举措



### 自然栖息地保护恢复

双沟酒业坐落在淮河与洪泽湖环抱的双沟镇，因下草湾醉猿化石的发现被海内外专家学者誉为“中国自然酒的起源地”，下草湾片区独特微生物群落造就了天然适合酿酒之地，该区域的酿酒历史由来悠久，独特生态成就了“中国名酒—双沟大曲”的独特风味。

双沟酒业高度重视和支持对洪泽湖湿地国家级自然保护区的保护，制曲车间位于洪泽湖湿地国家级自然保护区，通过采取隔声墙、吸声墙、隔声门、进排风消声器（风机）等措施减噪消噪；通过优化设备布局、工艺控制、高效除尘等措施，削减废气排放，将污染控制在排放标准之内；同时长期维护 28.67 万平方米湿地，通过积极开展野生动物补饲、生态修复、景观绿化、核心区保护等生态环境保护措施实现生态保护补偿，确保生产经营活动不会对生态系统和生物多样性产生重大影响，有效促进保护区与周边区域的和谐发展。



双沟基地植树活动

### 生物遗传资源保护

公司重视产区酿造微生物群落多样性及生物遗传资源的保护与可持续利用，持续加强菌种资源的系统化管理与规范化保藏。公司已初步建立绵柔型白酒酿造微生物资源菌种库，并按年度对优选菌种进行筛选与规范保存，部分菌种资源引入国家级微生物菌种保藏中心开展专业保藏。相关工作作为菌种精准管控、酿造工艺优化及科研成果产出提供了稳定、可持续的基础菌种资源支撑。

### 水源地保护

作为白酒企业，公司各生产基地高度重视对周边水源地的保护与合理使用。公司地下水的开采使用由公司能源管理部门向政府水资源管理部门申请用水计划，地下水资源费按实际取水量进行核准。同时，公司定期对地下水进行监测，并通过优化生产工艺、投资建设冷却水循环系统等举措，有效减少水资源消耗，保护当地水资源，积极承担起生态文明建设责任。

#### 报告期内

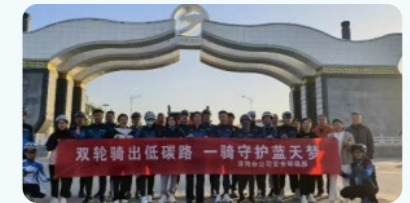
经测量，通过系统治理，公司洋河基地地下水埋深从 2013 年的 **54** 米上涨至 2024 年的 **33.11** 米，  
年均增加约 **1.74** 米，增强了区域水资源储备能力。

## 绿色办公与环保宣贯

公司重视环境保护与能源节约，将节能与环保要求融入日常办公管理和行为规范，通过制度引导与宣传倡议相结合的方式，推动绿色办公理念落实落地。公司通过组织开展环保培训、植树活动、低碳达人评选、节能宣传等活动，鼓励员工双面打印、使用视频会议、绿色出行，增强员工环保意识，使绿色生活的观念深入人心。

### 案例 | 开展“双轮骑出低碳路，一骑守护蓝天梦”主题绿色骑行活动

为传播绿色低碳环保理念，引领绿色健康生活方式，2025 年 4 月，洋河安全环保部组织开展“双轮骑出低碳路、一骑守护蓝天梦”主题绿色骑行活动。本次活动约 50 名骑手参加，从公司出发至宿北大遗址公园，全程往返约 80 公里。活动旨在传播公司绿色低碳发展理念，引领员工追求绿色健康生活方式。



环保骑行活动

### 案例 | 开展“绿色低碳”主题活动，提升全员节能降碳意识

2025 年 6 月，泗阳分公司围绕“双碳”工作目标，组织开展 3 次“绿色低碳”能源主题系列活动，征集节能案例 27 份，收集节能降碳 IP 形象 16 份，节能创意秀 12 份，60 项节能金点子等，通过制度化组织与多样化参与机制，系统推进节能宣传与绿色用能理念落地。活动以提升员工规范用能、资源节约与低碳管理意识为重点，同步结合世界环境日节点，推动各单位集中展示低碳行动举措与节能实践成果，带动员工广泛参与，营造节能降碳共建共享的良好氛围，进一步夯实了基层能源管理与绿色运营基础。



六五环境日主题宣传活动

### 案例 | 开展环保专题培训与责任宣贯，提升全员环境合规与风险防控能力

2025 年 10 月，贵酒修文基地在厂区组织开展环保知识专题培训，系统讲解环保责任清单、公民生态环境行为规范及环境违法举报机制等内容。培训围绕“生态酿造、绿色发展”理念，结合酿造环节环境因素管控、污染治理设施运行、固废与危废台账管理、节水降耗与清洁生产要求，对岗位职责与操作要点进行细化说明，并同步宣贯地方环境违法举报奖励政策与典型执法案例。通过集中授课与制度解读相结合的方式，进一步强化员工合规意识与风险识别能力，推动环保责任落实到岗到人，提升环境管理体系执行力与一线操作规范性。



贵酒修文基地环保培训

# 绵柔 传承

## 守品质主义

理念

洋河股份坚持品质至上、消费者至上，不断推动质量创新与科研创新，向消费者提供安全、优质、可靠的产品。公司积极拥抱数字化转型，探索数智化技术优化生产流程和管理模式途径，打造数智化洋河。

SDGs 对标



我们的行动  
产品安全质量  
创新驱动发展  
维护客户权益

# 产品安全质量

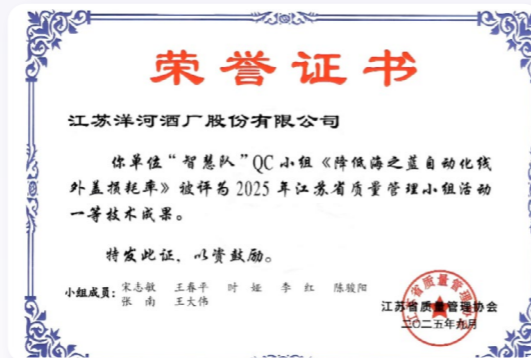
产品安全与质量是企业生产与发展的基石。洋河股份坚持“精益求精，极致卓越”的质量理念，构建涵盖产品工艺、质量管控到食品安全的全链条保障体系，致力于为消费者提供值得信赖的高质量产品，守护舌尖上的安全。

## 产品质量管理

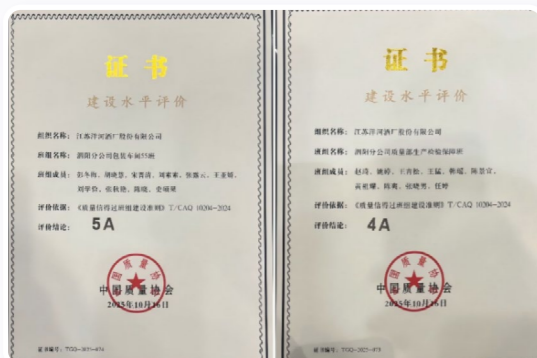
公司建立“为美好生活而酿造”的质量管理模式，以“满足消费者需求”及“质量看得见、绵柔可感知”为追求，以“可知的质量基石系统、可视的质量呈现系统、人本的质量文化系统”为核心支撑，依托“九化”保障，构建从理念到实践、从“内部质量控制”到“外部质量信任”的完整价值体系

### 关键荣誉

报告期内，公司围绕质量改进与精益管理，持续推进 QC 小组活动与质量工具应用，在国家级、省级及行业级评选中累计获得多项成果荣誉，质量管理成效得到权威认可



江苏省质量管理协会一等奖技术成果



中国质量协会《质量信得过班组》



中国质量杂志社《质量信得过班组》

## 治理

公司始终坚守品质初心，牢记品质使命，厚植品质文化，制定《成品酒管理办法》《产品质量信息处理办法》等制度规范，建立由公司总裁担任主任的产品质量管理委员会，下设产品质量管理办公室、产品酒体管理办公室，统筹产品质量管理工作，坚持产品全生命周期质量管理，以高标准引领白酒高质量发展。

同时，公司设立 QC 小组积极开展产品质量专项提升工作，平均每年开展 QC 项目 40 个以上，2025 年，公司 20 支代表队分别荣获国家级技术成果奖项 12 个，省级技术成果奖项 15 个。

## 战略

公司对产品质量相关风险与机遇类型、发生概率及对公司的潜在影响进行识别，并依据实际业务开展情况制定行之有效的应对措施。

### 产品质量相关风险及影响识别清单

| 风险类型     | 风险说明                         | 风险发生的时间周期 | 风险发生的可能性 | 对公司财务的影响说明            | 应对措施                                    |
|----------|------------------------------|-----------|----------|-----------------------|---|
| 原料质量风险   | 原粮、水源及辅料质量波动可能影响产品风味稳定性      | 中长期       | 中等       | 质量波动可能导致返工、报废或原料成本上升  | 按食品安全管理制度实施原粮与包材准入、验收与过程质量管控，强化关键质量指标监测 |
| 生产过程风险   | 酿造、储存、勾调等工序复杂，过程控制偏差可能引发质量隐患 | 中短期       | 中等       | 增加过程控制与整改成本，可能影响产量稳定性 | 依托网格化管理和全流程风险管控机制，加强重点工序质量风险识别与过程管控     |
| 食品安全合规风险 | 食品安全监管要求持续趋严，管理不到位可能引发合规风险   | 短中期       | 低—中      | 可能产生整改支出或经营限制         | 落实食品安全“333”工作模式，完善食品安全管理体系；落实主体责任       |
| 品牌声誉风险   | 产品质量事件可能对消费者信任和品牌形象造成影响      | 短期        | 低        | 可能影响销售表现和品牌价值         | 强化质量风险防控与应急管理，建立完善的产品质量售后机制             |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上



### 资质认证



质量管理体系认证



危害分析与关键控制点 (HACCP) 体系认证

产品质量相关机遇及影响识别清单

| 机遇类型      | 机遇说明                  | 机遇发生的时间周期 | 机遇发生的可能性 | 对公司财务的影响说明       | 应对措施           |
|-----------|-----------------------|-----------|----------|------------------|----------------|
| 质量稳定性提升机遇 | 系统化质量管理有助于提升产品一致性与稳定性 | 中长期       | 高        | 降低质量波动成本，增强产品竞争力 | 持续完善质量管理体系     |
| 数字化管理机遇   | 信息化手段提升质量监测与追溯能力      | 中短期       | 中等       | 降低管理成本，提高响应效率    | 推进质量数据化与追溯系统建设 |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

影响、风险和机遇管理

为有效地管理产品质量的影响、风险和机遇，公司以产品合格为基本底线，持续加强产品质量全生命周期的管理，通过数字化工具、质量闭环管理机制及全员质量宣贯，对产品质量风险识别、监测与管理。

质量全生命周期管理

公司以质量管理体系为基础，构建了覆盖原料进厂验收、生产过程质量控制到市场投诉处置的全流程产品质量管理机制，并通过智能化质量管理体系实现了产品全生命周期的追溯管理。

案例 | 建设酿造质量追溯平台，推进全流程数据化质控

公司依托大数据中台技术，搭建酿造质量信息追溯平台，系统整合原粮验收、制曲过程、酒醅发酵、原酒产出等关键环节数据，构建覆盖酿造全流程的数据链条。通过采样日期、批次号与窖池号的智能关联算法，实现线下作业记录与系统数据的逻辑绑定，形成“原料供应—工艺执行—产品质量”全要素闭环追溯体系，有效解决酿造数据分散、口径不统一等问题。同时，公司在传统指标基础上新增清蒸稻壳多缩戊糖含量、入池酒醅糊化度、稻壳含量、出池酒醅总酯含量、黄水酒精度等 10 余项过程监控指标，并结合近红外光谱技术实现快速检测。通过建立质量性状与工艺参数的量化模型，实现过程质量实时评价与工艺动态调控，推动酿造质量管理由经验判断向数据驱动转型。

产品质量宣贯

为加强产品质量管理体系各层级人员的专业能力，公司构建了覆盖全员的质量文化宣贯体系，致力于实现从“管理者重视”到“全员参与”再到“消费者加入”的深刻转变。公司每年开展“食品安全月”“质量月”等主题活动，营造氛围、普及知识、组织竞赛，形成“人人重视质量、人人守护质量”的良性循环。

原料

利用工业互联网赋能原粮种植，对原粮全过程进行质量把控，运用行业首创的“多品种原粮智慧检测系统”，实时采集颗粒饱满度、淀粉含量等 12 项核心指标，确保原粮符合绵柔酿造需求。

生产

实现制曲、酿造各单元的智慧化控制，对十二大类 2,000 多个工艺参数、4,500 个数据进行实时分析建模，实现酿造生产可视、可控、可预警、可分析、可反馈。定期分析查找生产关键工序管控薄弱点，以月度质量简报、季度先进班评比、年度质量分析会等方式进行整改、形成闭环管理。

验收

建立质量问题反馈、跟踪及改进机制，固化《质量问题整改通知单》《进厂物资质量简报》等多项流程，实现公司内部质量信息的有效传递，强化联动，确保问题及时分析和整改。

储藏

建立“绵柔年份老酒”数据库，通过陶坛储酒环境传感器记录温湿度、微氧含量等参数，构建酒体陈化模型，确保每一批次老酒的绵柔口感可感知、可复现。

售后

建立线下市场调研模式，主动收集消费者质量问题反馈，确保问题及时发现和整改。

追溯

打造集酿造质量信息追溯系统、酒体数字化管理系统、成品质量追溯系统、条码防伪追溯系统、供应商协同平台于一体的全流程追溯管理平台，实现从粮食种植到成品酒消费的全过程、全链条、全环节的质量追溯。

产品全生命周期管理举措



案例 | 开展质量月系列专项活动，强化质量意识宣贯

2025 年，公司开展了以“聚焦客户体验，强化质量共识，赋能卓越发展”为主题的“质量月”系列活动，围绕“质量氛围营造、质量培训提升、质量竞赛激励”三大主线，系统推进各项内容落地实施，营造了“人人重视质量、人人守护质量”的浓厚氛围。

营造质量氛围

- 共征集活动口号 69 条，择优选取 5 条具有代表性的口号进行集中展示，强化质量文化视觉传播。
- 收集各单位优秀质量管理方法 58 份，系统梳理并推广先进管理实践。
- 组织开展质量基础知识有奖问答活动，激发员工参与热情；线上线下同步开展质量建议征集，形成闭环管理。



质量基础知识问答

组织质量培训

- 开展线下 QC 小组成果交流、班组长竞赛培训及质量提升与品牌建设典型案例推广活动，累计参与 140 余人次。
- 面向中层与基层员工，推出 38 门质量线上课程，累计学习 2,660 人次。
- 收集整理 39 份行业相关及往年质量红线教育案例，作为常态化警示教育资源。



质量典型案例培训

开展质量竞赛

- 组织全面质量管理知识竞赛，147 名选手参赛。
- 征集来自各业务岗位的质量管理案例 47 份。



质量知识竞赛



产品召回及不合格品管控

公司建立了以质量管理体系为基础，涵盖进厂验收、过程质控及投诉处置等不合格产品处置全制度支撑，形成了系统化的不合格产品管控机制，并依托 MES、LIMS 等智能化质量管理体系，建立并实施“标识和可追溯性及产品召回管理程序”，建立起完整的产品召回制度，同时每年组织开展产品召回专项演练，提高市场应急响应能力。2025 年，公司未发生产品召回事件。

指标与目标

公司以质量管控体系为基石，以全面管控产品质量与安全为目标，每年设定产品质量目标指标，精准赋能品质进阶，确保公司产品质量处于受控状态。

质量管理目标

| 管理目标                               | 报告期内进展 / 达成情况 |
|------------------------------------|---------------|
| 成品酒包装交验合格率 (成品酒合格率) $\geq 99.96\%$ | 已达成，为 100%    |

关键绩效

报告期内，公司产品抽检合格率

100%

批次检验覆盖率

100%

公司全年未发生产品召回事件，年度产品服务相关的安全质量重大责任事故损害涉及的金额为

0 元

注 1：数据统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵州茅台基地。

注 2：产品质量具体详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。



## 食品安全管理

公司高度重视食品安全管理，围绕白酒酿造业务特点，持续完善食品安全治理体系，创新构建落实食品安全主体责任的“333”工作模式。公司制定并实施《食品安全管理制度》《食品安全防护计划》《食品安全追溯管理办法》等制度文件，对食品安全管理要求进行系统规范；建立由公司总裁担任主任的食品安全委员会，下设食品安全办公室和食品安全督导办，明确企业主要负责人责任，形成职责清晰、分工明确的食品安全管理组织体系。公司“333”工作模式经市场监管总局组织评审，入选全国企业落实食品安全主体责任创新实践典型案例。



食品安全“333”工作模式

## 防范食品安全风险

公司通过网格化管理方式，对生产经营各环节落实食品安全责任，结合全流程风险管控措施和信息化追溯平台建设，加强对食品安全风险的识别、管控和处置。为应对食品安全事故类突发事件，公司制定产品质量与食品安全事故应急预案、社会媒体类食品安全事件预案，且每年组织预案演练，持续提升食品安全隐患治理和风险防范能力。

### 食品安全管控战略

公司以保障食品安全为核心，基于“人、机、料、法、环”的全面考量，采用系统分析和风险评估方法，识别潜在风险因子，构建并持续完善食品安全风险防控标准化体系，实现从源头到终端的全过程风险管控，提升食品安全管理水平。

## 营造食品安全氛围

为营造全员参与、持续改进的食品安全文化氛围，公司建立食品安全分级培训机制，针对不同岗位和职责特点，对各层级人员开展有针对性的食品安全培训，推动相关要求在生产经营各环节落地落实。同时，公司持续开展食品安全与质量宣贯活动，包括食品安全宣传月、食品安全知识竞赛、专家评审等特色活动，引导员工强化食品安全责任意识和规范操作意识。

### 关键绩效

报告期内，公司共组织食品安全内部培训超

**100** 场

参训员工取得食品安全相关结业证书

**26** 人

培训逾

**6,800** 次

组织食品安全各类特色活动

**90** 余项

开展外部培训

**13** 场

消除食品安全隐患点

**125** 个

### 食品安全活动及培训



食品安全典范课



食品安全体系诊断外部专家培



参与第十届食品质量安全大会

## 酿酒工艺传承

洋河酒的“绵柔”突破了白酒香型分类界限，创新开发“以味为主”的白酒新风格，被誉为“绵柔鼻祖”。在运用现代质量管理体系保障产品质量与食品安全的同时，公司坚持从原粮甄选到制曲、酿造工艺的代际传承，依托成熟、稳定的传统技艺体系，持续夯实绵柔型白酒的品质根基。

### 原粮



“粮必重其质”，是“洋河酒训”的第一条。洋河绵柔型白酒以高粱、大米、糯米、玉米、小麦等为原料，将高粱的香、大米的净、糯米的绵、玉米的甜、小麦的满有机融合，形成了“绵、甜、满、净、香”独特风格，酿造极致绵柔。公司对于原粮品质的管控、优选，开始于每一粒种子。为保证原料的品质基础，公司形成了“从田间到舌尖”的全产业链绿色生产模式，牢牢守住“品质”的第一关卡。

### 制曲

“曲为酒之骨”，曲的质量直接影响到酒的口感。公司制曲对过程管控有着严苛要求，顺应自然节气规律，全年按照“春、秋 66，夏做 33”的法则，制曲时间不超过 165 天。采用温湿度控制系统，实现微生物生长环境最优，得天独厚的生态环境、苛刻的制曲时间、独特的制曲工艺、炉火纯青的技艺共同铸就了绵柔四色曲，最大程度赋予了绵柔曲香，促进绵柔酒体丰满协调。



### 酿造

洋河人传承并创新了“老五甑”工艺，通过深入系统地研究和探索，形成了涵盖 35 道工序，137 道环节的“22335”洋河绵柔酿造技艺，酿造了独具特色的绵柔品质。



## 创新驱动发展

洋河股份始终以消费者需求为指引，构建完善的技术研发支撑体系，逐步打造出具有自主知识产权的核心技术及产品系列，引领白酒行业技术发展趋势。公司聚焦“绵柔”品质的深度塑造，通过精细化工艺与创新研发，使产品展现出“风味可辨识、体验具特色、产品留记忆”的鲜明特征，不断强化消费者的感官体验与品牌认同

## 研发创新管理

公司将研发创新视为发展的重要驱动力。公司拥有由行业资深专家领衔的白酒技术研发团队，依托先进的科研技术平台，积极参与行业标准制定、深化产学研合作，推动技术成果转化。在坚定执行既定研发指导方针与理念的过程中，推陈出新，提升产品品质。

### 关键荣誉

《绵柔型白酒窖期微生物解析及品质提升技术研究》等三项科技成果达到国际领先水平

《窖内协同发酵提升酒体绵厚度的关键技术研究与应用》等 16 个项目在职工技术创新成果培育征集评审中获奖

《传统白酒酿造装甑与蒸馏核心工艺智能化设备应用攻关研发》获得第七届全国设备管理与技术创新成果交流大会二等奖

《基于 TRIZ 理论大曲质量评价新方法的开发》等 6 个项目在中国创新方法大赛江苏赛区决赛中获奖

## 治理

公司围绕“一个目标、三个导向、六个中心、九个方向”的研发指导方针，构建了覆盖研发方向、体系与架构的完整管理体系。为强化创新驱动，公司积极建设博士后科研工作站等平台，深化与科研院所的协同攻关，不断提升自主创新能力。

在制度层面，公司通过《新产品开发管理办法》《新产品评审及试生产管理办法》《科技论文管理办法》等一系列制度，规范产品开发流程与科研项目管理，并依托《科研技术人员职业发展管理办法》《科研项目过程管理及成果鉴定激励办法》等机制，持续激发科研人员创新活力，构建起系统化、制度化、可持续的研发创新管理体系。

### 关键绩效

报告期内，公司拥有技术类人员 省级品酒委员

2,033 人

78 名

专职研发及成果转化人员

626 人

白酒技术团队拥有

56 名国家白酒评委



## 战略

公司聚焦白酒行业特征，针对白酒行业发展趋势构建起区域差异化、舒适化、多元化的产品研发与升级新方向，通过对消费者需求的深入洞察与技术创新的深度融合，推动产品品质从风味、口感、体感等多维度持续优化，实现从规模生产向精准化、个性化产品开发的战略转型。通过差异化布局、舒适化升级和多元化创新，致力于打造更具市场竞争力与消费认同感的产品矩阵，推动品牌价值与行业地位持续提升。

### 研发创新相关风险及影响识别清单

| 风险类型      | 风险说明                                      | 风险发生的时间周期 | 风险发生的可能性 | 对公司财务的影响说明        | 应对措施                                 |
|-----------|---|-----------|----------|-------------------|--------------------------------------|
| 传统工艺依赖风险  | 酿造工艺对经验和环境依赖度高，复制和稳定难度较大                  | 中长期       | 中等       | 可能导致工艺波动增加过程管控成本  | 对核心酿造工艺进行系统梳理与参数优化，在保持风格前提下推进数字化与标准化 |
| 老熟与储存风险   | 基酒老熟周期长，对储存条件要求高                          | 中长期       | 中等       | 可能导致库存管理压力上升，占用资金 | 开展基酒储存环境与老熟规律研究，优化库区管理与储存条件          |
| 消费者偏好变化风险 | 消费群体对白酒口感、酒度及饮用场景的偏好变化，若产品结构响应不足，可能影响市场渗透 | 中长期       | 中等       | 可能影响产品销量及产品结构优化进度 | 开展酒体结构与度数区间研究，支持产品体系持续完善             |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

### 研发创新相关机遇及影响识别清单

| 机遇类型      | 机遇说明                  | 机遇发生的时间周期 | 机遇发生的可能性 | 对公司财务的影响说明  | 应对措施                     |
|-----------|-----------------------|-----------|----------|-------------|--------------------------|
| 绵柔风格强化机遇  | 系统研究有助于提升绵柔风味的稳定性与辨识度 | 中长期       | 高        | 提升品牌溢价能力    | 围绕绵柔风味形成机理开展持续研究，提升酒体舒适度 |
| 工艺稳定性提升机遇 | 工艺参数优化降低批次差异          | 中长期       | 高        | 降低质量波动带来的损耗 | 对关键发酵、蒸馏环节开展工艺优化         |
| 数智酿造机遇    | 数据监测辅助工艺判断与管理决策       | 短中期       | 中等       | 提升管理效率      | 探索数字化手段在生产过程中的辅助应用       |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

## 影响、风险和机遇管理

公司系统识别科技创新中的潜在风险与机遇，通过整合内外部资源并制定差异化应对策略，有效提升创新效能与风险抵御能力。依托省级技术中心、江苏省生物酿造工程研究中心、江苏省酿酒工程技术研究中心、博士后科研工作站等研发平台，以及深化与科研院所的产学研协同机制，公司构建了从风险预判、技术攻关到成果转化的全链条管理体系，持续优化研发资源配置，确保在复杂市场环境中保持技术领先与创新稳健性。



### 案例 | 品酒技能大赛，链接行业与青年人才

2025 年 6 月，公司在江苏六所高校组织并举办了全国大学生品酒师技能大赛江苏赛区选拔赛，累计覆盖师生逾 600 人，并全程支持赛区优胜者参与全国总决赛。活动不仅搭建了青年群体深入了解白酒酿造工艺与品质特色的实践平台，有效促进了传统酒文化的年轻化传承与创新交流；更通过与行业协会的紧密协作，展现了公司主动参与行业人才培养机制建设、推动专业人才可持续发展的责任担当，为产业未来储备了新生力量。

### 案例 | 洋河股份 × 江南大学，产学研合作赋能创新发展

2025 年 11 月，公司党委书记、董事长率队赴江南大学与多位顶尖专家深入座谈。双方围绕产学研融合、科技创新等议题共同探讨白酒行业技术发展路径。此次合作对接了国家级科研平台的顶尖资源，促进学术研究与产业实践深度融合，加速白酒行业技术升级进程。同时，依托产学研协同机制储备高层次技术人才，体现了公司对行业长远发展的战略思考和责任担当。



赴江南大学进行技术交流

### 案例 | 深化校地协同，共育应用型人才

公司于 2025 年 10 月与宿迁学院开展校企“产学研”实践培训，搭建了地方高校与企业协同发展的创新平台。本次活动聚焦应用型人才培养，将产业实践与专业教育深度融合，为青年学生提供了贴近行业、贴近岗位的实训机会，有效提升了学生的就业能力与实践素养。



宿迁学院实践培训

## 核心技术攻关

2025 年，公司深耕核心技术攻关，积极开展原粮、微生态、年份因子及节能降碳等技术研究，提升品质内核，多维赋能产品品质新高度。

研发新型发酵工艺，创新低温缓代谢发酵机制

完成数字化原粮基地示范建设，建成原粮基地种植数字化管理系统和智慧化管理新模式

创建高精度的绵柔型白酒年份鉴别技术，建立涵盖年份酒风味数据库

构建白酒中非挥发性风味物质准确性及定量方法体系，为感官科学与风味研究以及检测效率提升奠定技术基础

构建原酒感官品质可视化表达预测模型，明确重要相关风味物质组分

开展名优白酒酿造微生态的重构研究与应用，强基固本并提高原酒品质

基于“一二五七”双碳战略背景下节能降碳的探索，精准匹配供应端与使用端，实现能源的最优供应

系统解析明清窖池的核心微生物、独特风味物质及其关联和代谢机制

优化制曲参数规模化生产中温曲，从粉碎度、曲块厚度、码垛方式及门窗管理四方面进行优化调整



## 驱动产品创新

2025 年，公司聚焦市场需求，驱动产品焕新，在健康新产品、主导产品品质升级等方面实现多维突破，切实保护消费者身心健康。

功能草本露酒产品开发，具有草本特色风味特点和较高的饮后舒适度

围绕“高端化、时尚化、年轻化”特色需求，开发敦煌（36.6 度 /52 度）高端新品

面向年轻化的果露酒产品开发，通过低度健康酒产品满足年轻消费者“悦己微醺”的口感需求

研发“醇厚老酒风味，入口绵，醒酒快，人轻松”的梦之蓝商务版新品



打造“入口绵柔甘润、饮后舒适顺心”的洋河光瓶酒金 / 蓝洋河

## 指标与目标

为加强对研发工作的管理与评估，公司每年年初制定技术研发指标目标，并定期评估指标目标的达成情况。

### 研发管理目标

| 管理目标                                    | 报告期内进展 / 达成情况             |
|---|---------------------------|
| 建立或引用新技术 3 项                            | 已达成，围绕新材料、新工艺、新结构研究引入相关技术 |
| 授权发明专利 4 件，在核心期刊发表学术论文 4 篇以上，参与标准起草 4 项 | 均已达成                      |

### 关键绩效

报告期内，公司研发支出  
**15,314.15** 万元

研发支出总额占营业收入比例  
**0.8%**

注：研发创新及知识产权具体详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

公司持有专利数量  
**401** 件

年度新增专利数量  
**47** 件

持有著作权数量  
**574** 件

持有国内商标  
**5,330** 件

国际商标  
**754** 件

## 知识产权保护

公司深刻理解知识产权管理与保护对于创新与品牌管理的战略意义，积极响应国家关于加强知识产权法治保障的部署，将知识产权保护视为企业发展的核心工作。通过制定并实施《知识产权管理办法》《商标管理办法》《著作权管理办法》《专利管理办法》等一系列制度，公司构建了覆盖专利、商标、著作权等多维度的立体化知识产权管理体系。公司注重提升全员知识产权保护意识，持续开展专项培训，强化风险防控，全面构筑起尊重创新、保护创造的企业文化与发展保障。

### 完善知产管理机制

- 成立具有企业管理核心地位的知识产权保护管理部门，拥有 135 人从事日常商标工作，专职人员 9 人，并设立有知识产权保护总监
- 制订知识产权保护方针和目标，建立了符合公司自身发展情况的知识产权管理制度、规范和流程
- 实现知识产权保护的管理信息化、数据化、规范化

### 夯实知产保护举措

- 实施立体化的知产保护。形成商标、专利、著作权、海关备案等多形式、立体化的知产保护方式，对商标、品牌分级管理，核心品牌做到全方位、多类别、跨国界的监测、注册，对恶意第三方面进行有效干预
- 对恶意抢注或模仿的商标提起商标异议申请、商标无效宣告申请，打击抢注情节严重的恶意主体，合法保护洋河知识产权，维护公司的知识产权权利

### 加强维权打击力度

- 推动了多方联动打假。将知识产权的保护和运用相结合，拓展联动打假维权机制，形成公司、经销商、执法机关、外部专业机构“四方”联动的维权机制
- 持续创新品牌保护方式。利用互联网技术、渠道，打击线上侵权产品；在产品上应用数字物流防伪系统、RFID 电子芯片、区块链等技术，便于消费者辨识

### 知识产权管理策略

### 关键荣誉



## 数字化与数据安全

公司积极推进数字化建设，以技术赋能业务增长与运营效率提升。通过构建全周期的安全防护体系，公司确保各环节数据安全可靠，为数字化转型奠定了坚实的技术与管理基础，不仅强化了企业核心业务的竞争力，也为实现可持续、高质量发展提供重要支撑。

### 数字化建设

公司基于“数智洋河”蓝图规划，系统推进数字化战略落地，围绕“321 数智洋河”，以“消费者体验为本、业务战略为纲，推动数据赋能业务、智能引领创新”的数字化战略愿景。

#### 三化目标

- 数据业务化
- 管理智能化
- 产业生态化

#### 两大支柱

- 围绕业务价值链推进数字化赋能，实现运营增效，数字化赋能业务
- 探索数字化驱动商业模式创新，实现结构增长，数字驱动创新

#### 一套能力

- 提升一体化和端到端系统应用能力
- 提升前中后台大数据与高级分析应用能力
- 提升全面云化与多技术应用能力
- 提升数字化转型组织与人才管控能力

#### 数字化战略愿景

为赋能数智洋河全面转型，推动企业快速发展，公司通过智能化改造强动力、数字化转型提业务，加快制造企业生产方式、业务模式的全方位变革。基于信息化的顶层设计，借助互联网思维和新技术应用，全面提升企业经营管理、营销创新和供应链运营能力，开发部署了智能工厂、智慧酿造、供应商协作平台、经销商服务平台等一系列数字化信息化平台，在智能生产、协同合作、营销创新等方面取得成效，走出有洋河特色的智能化发展之路。

#### 智慧酿造

在传承洋河传统酿造工艺的基础上，对传统半机械化生产方式进行智能化改造，推进制曲、原料预处理、酿酒、储存完整业务链的智能化运行，通过 MES 系统进行管理、控制和工艺大数据分析，整个生产过程的控制中央控制室，操作现场达到无人化，将生产转变为可知、可视、可控，实现高质量、高效率的智慧酿造。已建成 5 个数字化车间。同时，构建行业首个全流程酒体数字化平台，赋能酒体数字化管理，有效提升酒体品评，提高设计的标准化和智能化水平。

#### 智慧包装

集成 APS、MES 等数字化工厂组件，建成智慧化包装车间，在公司洋河、泗阳、双沟三大生产基地高效推广，构建三大基地统一调度平台，提高生产效率。探索自动化产线改造，通过采购物料标准化管控，实现瓶盖、内塞、装箱等上料自动化，引入高速拍照灯检设备和 OCR 喷码验证，降低人为风险，提高检验效率和人均效能。

#### 智慧供应链

构建和优化产业协同平台，通过集成平台将数据贯穿至供应链各环节，实现部分场景去人化应用，对产供销等生产经营管理活动所需各种信息的一体化集成，建设从消费者、终端网点、经销商至供应商的全渠道供应链柔性管理平台。

#### 智慧营销

利用数字化手段来提升渠道运行能力、建立消费者运营阵地、打造分销服务体系，打造以消费者为中心的运营模式，以数字化技术增强沟通与互动体验，利用大数据驱动营销升级，让产品化身为稳定、可靠、自带数据的载体。

### 数字化荣誉资质



5G 工厂

实数融合典型案例—  
数字领航（大企业）

国家级工业  
设计中心

两化融合管理体系  
AAA 认证

万兆工厂

数字三品应用案例

IPV6 技术创新  
融合试点

数据成熟度  
管理证书

#### 案例 | 智能制曲引领白酒生产数字化转型

2025 年，公司成功建成泗阳智慧制曲车间，实现了生产全流程的数字化管控。通过 PLC 自动控制系统、AGV 物流设备和物联网技术，从原料投放到曲质生产的各个环节实现了自动化连锁控制。关键工艺参数实现精准调控，生产过程数据实时采集，配合自动报警功能，确保了生产的连续化、智能化运行。公司还建立了行业首个制曲 MES 系统，实现了全流程工艺智能调控，与传统车间相比，不仅提升了人效，还显著提高了曲质优等率，体现了数字化管理对白酒传统工艺的深度融合。

#### 案例 | 智慧能源平台驱动企业绿色转型

2025 年，公司积极响应国家“双碳”战略，搭建洋河基地智慧能源管控平台，实现能源管理的数字化升级。该平台通过对生产区域水、电、汽的实时监控与数据采集，结合智能预警和可视化分析功能，从全局视角精准掌握能耗动态。平台不仅为能耗成本控制、能效提升提供科学决策依据，更通过数据驱动的精化管理，有效推动企业节能降耗与绿色低碳转型，展现了数字化技术在可持续发展领域的重要应用价值。

## 数据安全

在数字化发展趋势下，公司高度重视数据安全与隐私保护，将完善数据治理体系作为企业合规经营与可持续发展的核心举措。公司组建了由专业人员构成的数据安全团队，并制定《网络安全管理制度》《数据管理办法》等系列制度，系统构建覆盖策略制定、风险评估、应急响应、安全运维及平台管理的全链条数据安全框架。该团队持续开展安全运营、事件处置与风险防控工作，为企业数据资产提供全面可靠的保障。



**关键绩效**

|                              |                               |                             |
|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| 报告期内，公司<br><b>未发生</b> 数据安全事故 | 开展数据安全与客户隐私保护培训<br><b>2</b> 次 | 开展信息安全相关攻防演练<br><b>10</b> 次 |
|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|

### 案例 | 分层培训体系，筑牢全员数据安全防线

2025 年，公司系统开展了面向全员的数据安全培训活动。针对新入职员工，组织参与集中培训，涵盖数据分类、安全存储与传输加密等基础知识。同时，面向各职能部门开展深度专项培训，在苏酒智汇平台上线系列课程，员工积极参与专业学习，内容涵盖访问权限管理、泄漏应急处置等实务内容。培训采取案例分析与法规解读相结合的方式，通过现场互动、在线答疑等形式，有效提升了员工的数据安全意识与防护能力，为公司构建了坚实的数据安全人员基础。



网络安全-安新普法护网安

★★★★★ 5.0分



数据安全培训

### 案例 | 以实战检验安全，用备份保障连续

为全面提升数据安全防护水平，公司与专业第三方 IT 机构深度合作，组织实施高强度实战化网络安全攻防与灾备切换演练，有效发现并加固了网络与权限管理中的薄弱环节。同时，通过异地灾备中心的成功切换演练，公司验证了在主数据中心发生重大故障时，关键业务系统可在 1 小时内恢复运行的应急能力，系统性地提升了公司的主动防御与业务连续保障水平。

### 案例 | 定期开展灾备演练，保障业务连续运行

为应对突发情况，公司定期组织核心信息系统的异地灾备演练，旨在验证备份数据的有效性、确保业务在灾备环境下的可用性，并持续提升灾难恢复与应急响应能力。演练内容涵盖备份数据校验、系统恢复切换及多团队协同响应等关键环节，进一步强化了公司面对数据风险与业务中断的处置效能，有效降低了突发事件对运营的影响，为数据安全与业务连续性提供了坚实保障。



## 维护客户权益

洋河股份秉持“以客户为中心，以品质筑信任”的理念，构建全链条客户权益保障体系，通过智慧服务升级、经销商共赢赋能、合规营销坚守、隐私安全强化筑牢，持续提升客户体验与信任度，实现企业与客户、合作伙伴的价值共生。

### 客户服务管理

公司制定《产品质量信息处理办法》《服务信息管理办法》《电商官方旗舰店客户服务管理办法》，明确产品质量保障、售后退换货、投诉处理等全流程标准以保障客户合法权益。同时，公司推行“首问责任制”，建立“客户反馈—快速响应—专人跟进—问题解决—满意度回访”闭环机制，确保质量类投诉 2 小时内响应、48 小时内反馈，确保每一位顾客咨询、投诉均得到及时有效处理。

#### 关键绩效

报告期内，线上旗舰店客户服务满意度为

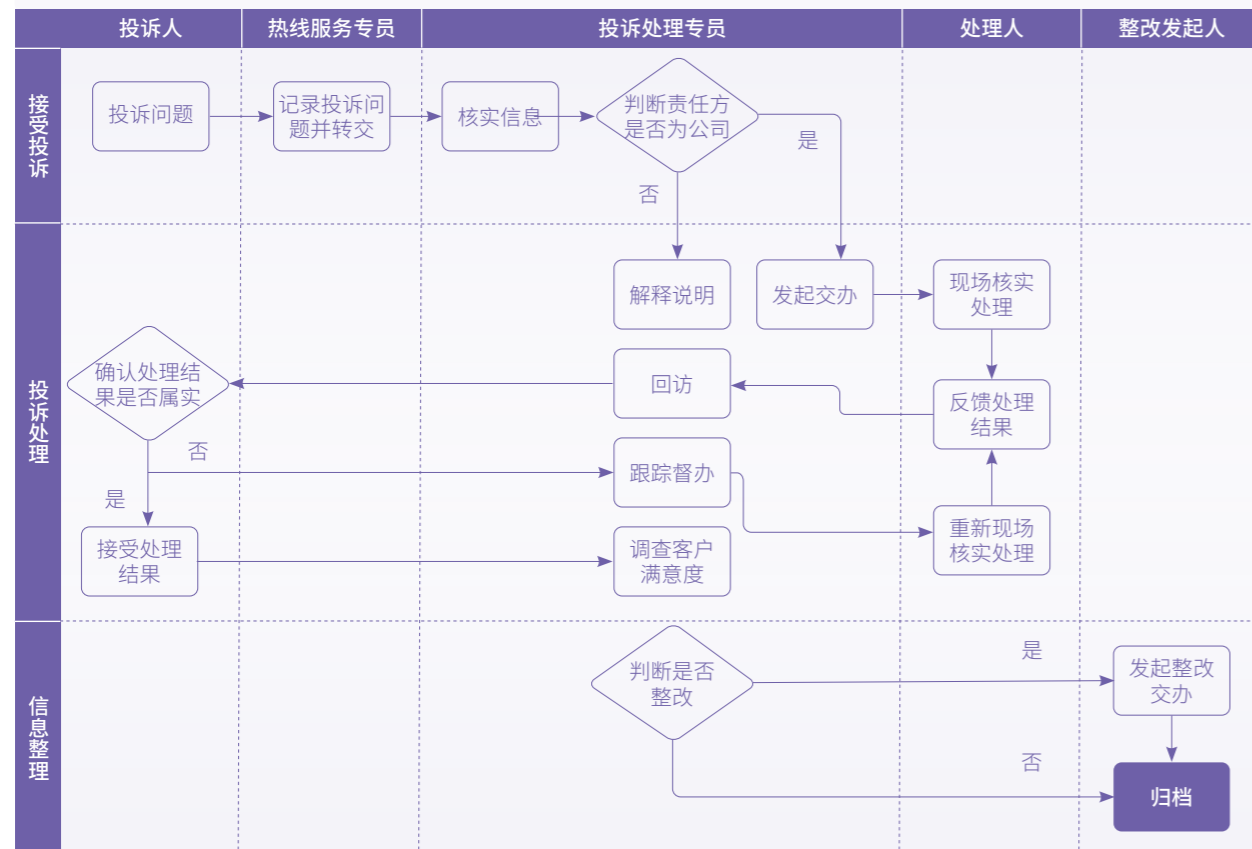
**93.03%**

店全年收获消费者好评超

**8**万条

好评率达

**97.42%**



客户投诉处理流程

### 案例 | AI 驱动智慧客服升级，实现服务质效与客户体验双提升

公司践行“关注不满意、解决最急需、追求您感动”理念，以智慧客服赋能服务升级。2025 年，公司在构建全渠道智慧客服体系的同时升级 AI 项目，实现大模型机器人应答、智能工单处理、AI 问卷调研分析全流程自动化。商城售后引入“班牛系统”，获评天猫“金牌客服”、京东“五星店铺”、抖音服务体验满分好评等行业权威认证。公司全年开展专项培训与技术比武，细化考核指标，增强团队建设，保障服务质效双升，切实提升客户体验。

### 案例 | 开展客户满意度调研，以客户反馈驱动品质服务升级

公司积极通过第三方评估、线上线下市场走访及产品专项调研等多元形式开展客户满意度调查，覆盖多地终端与消费者。公司高度重视消费者反馈，2025 年，公司通过线上+线下多维调查分析，全年累计上报 5 篇市场调查报告，反馈具体意见或建议 504 条，均已经过 OA 协同全流程公示机制形成闭环管理，为相关业务调整和完善提供了参考。

### 经销商共赢

公司秉持“强商、扶商、安商”的核心宗旨，以“平等合作、风险共担、利益共享”为导向，制定《经销商服务办法》，规范经销商管理与产品价格秩序，按季度开展经销商动态评档定级通报，有效优化经销商队伍，深化厂商一体化建设，助力经销商高效拓展市场、优化管理，最终实现厂商协同共进、长期共赢。

### 案例 | 搭建厂商一体化培训平台，赋能经销商共成长

公司搭建“厂商一体化”培训平台，聚焦产品知识、营销技巧、合规经营、数字化工具应用等核心内容，采用线上学习、线下基地游学、经销商经验交流会等多元形式，为经销商提供全方位能力赋能。2025 年累计组织专项培训 7 期，参训人数达 584 人，强化厂商理念与标准的一致性，有效提升经销商团队专业素养与市场运营能力，实现厂商协同共赢。



经销商培训



双沟酒业厂商培训

### 案例 | “三商”理念落地，厂商携手破解难题

公司坚定践行“爱商、帮商、安商”理念，积极为经销商提供支持与帮助。2025年9月，公司某经销商反馈经营中遇到难题，该问题成因复杂、处理难度较大。公司投诉处理专员第一时间赴现场核实，细致核查后协调资源推进解决，彰显了厂商同心担当，为深化厂商一体化建设筑牢基础。

## 负责任营销

履行社会责任是公司营销策略的核心目标之一。在坚守绵柔品质、提升酒体舒适度、追求服务卓越的同时，公司将负责任理念贯穿营销全流程，秉持诚信经营原则，严格防范虚假宣传，通过规范渠道管理、强化宣传审核，保障产品信息真实准确，引导消费者作出健康明智的消费决策，彰显民族品牌的社会担当。

公司制定并修订《营销人员应知应会学习手册》《服务信息管理办法》《自媒体运营管理办法》等负责任营销相关政策，统一下发合法合规的营销活动指导方案及产品说辞，并对市场端个性化营销活动开展合规审核，同时常态化组织营销政策培训会，强化全员营销合规意识，确保各类营销实践全程合法合规、规范开展。



### 负责任营销审计抽查



- 遵照苏酒集团贸易股份有限公司《广告监督管理办法》推进户外类媒体实施及监管，以线上复核和线下抽查方式监督执行。
- 线上对户外大牌、户外LED、覆盖类媒体等进行复核，线下对投放的广告形式进行不定期，不定点的实地抽查监管。

### 宣传理性饮酒



- 秉持“健康饮酒、理性消费”的营销理念，坚决抵制诱导过度饮酒、针对未成年人营销等违规行为。
- 在产品外包装醒目位置明确标注“过量饮酒有害健康”“酒后请勿驾车”，在对外宣传的海报及物料中明确标注“倡导理性饮酒，禁止向未成年人出售”，倡导“适量饮酒、拒绝酒驾”的健康生活方式。

### 营销人员宣贯



- 公司由品牌文化中心或培训部，组织相关业务部门参与营销培训，并通过参与培训的业务员传达至营销一线、经销商、终端等。
- 针对营销相关人员开展制度宣贯，要求营销人员充分了解营销内容风险。

### 公司负责任营销管理措施



公司产品包装均有“过量饮酒，有害健康标识”

关键绩效

报告期内，公司开展负责任及营销合规相关培训

31 次

参与培训营销人员

13,357 人次

培训总时长

106 小时

案例 | 参与理性饮酒倡议，恪守负责任营销

2025 年 10 月，“关爱成长，非成勿饮” 2025 全国理性饮酒宣传周启动仪式暨 2025 中国酒业 ESG 论坛在武汉举行，公司应邀出席。作为连续十余年参与该活动的企业，今年公司呼应主题，强化未成年人禁酒理念传播。同时依托自身入选 2024 酒业 ESG 榜单环境治理突出案例的实践基础，公司持续以小容量包装酒助力消费者合理控量，并通过活动向公众传递文明、健康的理性饮酒观念，让饮酒回归愉悦舒适的品质体验。



“全国理性饮酒宣传周”启动仪式

案例 | 开展负责任营销，广告审核、有奖销售专题合规培训

2025 年 5 月，公司围绕负责任营销及合规管理要求，邀请外部律师专家面向各市场法务专员集中开展“广告审核、有奖销售”专题培训。培训紧密结合典型案例与业务实际场景，对广告合规审查要点、宣传用语边界、有奖销售规则及风险点进行系统解读。通过专题培训，进一步强化员工合规营销意识和实操判断能力，推动营销活动依法合规开展。



负责任营销及合规培训

客户隐私保护

公司高度重视客户隐私与数据安全，公司以“技术筑基、合规护航、全链管控”为核心，遵循“合法、正当、必要”原则，切实保护数据全生命周期隐私安全，全方位防范隐私泄露风险，切实保障客户隐私安全与合法权益。

网络防护体系建设

- 通过实时监测预警、布点流量监测、网络出口流量等多种方式监测安全隐患数据、事件数据、威胁情报等数据。

消费者数据安全

- 全面推行交互透明化设计，在用户端嵌入隐私弹窗提醒功能，覆盖数据采集、共享等关键环节，确保用户知情权与选择权；同步深化加密技术应用，对敏感字段实施国密算法加密存储。



- 建立“预防 - 检测 - 修复”闭环机制，新业务系统上线前严格执行四次渗透测试，从源头杜绝安全隐患。

- 强化密码策略与访问控制，有效识别并拦截异常登录行为，降低账号泄露风险。

系统安全管控

账号安全管理

关键绩效

报告期内，公司**未发生**客户隐私相关泄露事故。



# 同心筑梦

## 守利他主义

理念

洋河股份深化多维社会责任价值体系，为企业、行业与社会注入强劲动能。以人才强企为根基，激发员工潜能，构建“命运共同体”；以产业链共赢为支撑，筑牢供应链安全与可持续采购体系，助力大中小企业协同发展；以行业共进步为己任，创新传承白酒文化，输出中国白酒发展智慧；以公益报国为初心，践行“报国报民报一方”理念，深耕助学、救灾、航天公益等领域，通过产业赋能、村企联建助力乡村振兴，惠及广泛群体，彰显民族企业责任担当。

SDGs 对标

|   |  |   |
|---|--|---|
| 1 无贫穷<br>  | 2 零饥饿<br>       | 4 优质教育<br>   |
| 5 性别平等<br> | 8 体面工作和经济增长<br> | 10 减少不平等<br> |



我们的行动

携手员工成长

保证供应安全

助力行业发展

爱心回馈社会

## 携手员工成长

洋河股份立足“五梦联动”发展战略，锚定人才强企方向，秉持“以人为本、以才兴企”核心用人理念，将人才发展作为企业可持续发展的核心支撑，为员工搭建清晰的职业发展路径、提供广阔的成长空间。公司不断完善薪酬福利体系，开展多元员工关爱活动，打造健康安全的工作环境，切实提升员工的幸福感与满意度，以人才成长助力企业长远发展。

### 雇佣与权益

公司严守员工雇佣与权益保障的相关法律法规，制定《员工入职制度》，坚决杜绝童工雇佣，反对任何形式的歧视与强迫劳动，并搭建起完善的劳动争议、绩效申诉机制，从制度层面切实维护员工合法权益。同时，公司高度重视民主管理，搭建高效的员工沟通桥梁，推动企业与员工双向协商交流，持续优化管理制度，充分保障员工知情权、参与权与监督权，全力构建平等、多元、民主的工作环境。



多元员工类型

- 为不同性别、年龄、学历人员及残障人士提供相应的工作机会及平等的工作条件，坚决抵制因性别、年龄、学历、文化等背景不同而歧视性对待，确保同工同酬。



多元招聘渠道

- 猎头招聘：**建立成熟的人才猎头库，通过 RPO 项目组精准猎聘中高端资深专家
- 校园招聘：**实施名校优生计划，通过绵柔夏令营、高校宣讲等锁定管培生及实习生
- 内部招聘：**开通内部缺编岗位市场，借助 DHR 系统促进人才流动，优先补充后勤业务岗位
- 社会招聘：**针对营销业务员、团购经理等岗位，扩大招聘范围补充外部成熟人才
- 退役军人安置：**做好退役军人安置等相关工作

公司坚持多元化雇佣

#### 报告期内

公司共有员工

**22,392** 人

雇佣退伍军人

**70** 人

雇佣身体受限员工

**17** 人

公司劳动合同签订比例为

**100** %

员工流失率为

**0.62** %<sup>注</sup>

注：员工流失率计算不包括适龄退休员工。

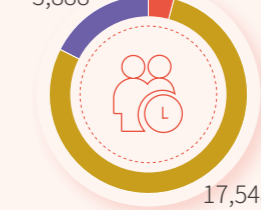
5,723 16,669



#### 性别

- 男性员工人数
- 女性员工人数

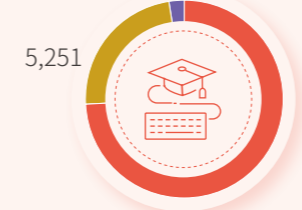
3,888 956



#### 年龄

- 30 岁以下员工人数
- 30-50 岁员工人数
- 50 岁以上员工人数

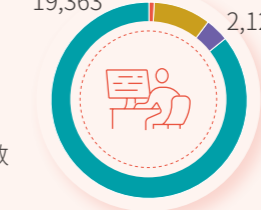
510 16,631



#### 学历

- 本科以下员工人数
- 本科员工人数
- 硕士及以上员工人数

19,363 12 892 2,125



#### 职级

- 高级管理层员工人数
- 中级管理层员工人数
- 初级管理层员工人数
- 普通员工人数

#### 员工构成

### 反童工、反歧视与反强迫劳动

公司在劳动权益合规与社会责任实践中落实反童工、反歧视及反强迫劳动，全环节禁止就业歧视确保公平，明确员工劳动自由并杜绝违规行为。



#### 保护儿童

公司严格遵守《劳动法》确定的法定最低就业年龄，实施年龄、用工资质双重核查。公司全岗位实行 16 周岁以上就业准入，全年无童工雇佣违规记录。



#### 反对歧视

公司严格遵守《就业促进法》《妇女权益保障法》等法律法规，在招聘、晋升、薪酬、培训等全环节，明确禁止以性别、年龄、地域、学历、户籍、婚姻状况等任何形式的歧视，保障不同背景人才平等竞争。



#### 反强迫劳动

公司严禁以任何形式强迫、胁迫员工劳动，明确员工自愿入职、自由离职权利。在劳动合同中清晰约定工作内容、劳动报酬及解除条件，杜绝扣押身份证件、收取保证金等违规行为。

公司坚决抵制童工雇佣、歧视与强迫劳动行为

### 劳动争议调解

公司积极开展劳动争议调解工作，通过规范调解机制化解矛盾，切实维护双方权益，营造和谐稳定的劳动关系。



### 民主管理

在民主管理方面，公司持续深化民主管理体系建设，在既有制度基础上优化完善《全员参与持续改进管理办法》《领导干部联系职工实施方案》等相关制度，并新增配套管理细则，进一步明确民主管理各环节的规范要求，夯实民主管理制度保障。

同时，公司坚持并优化基层调研、挂钩帮扶、专题座谈、工会主席接待日等传统民主沟通形式，同时迭代数字工会平台拓展民主管理功能，推动沟通渠道线上线下联动，丰富沟通载体与方式，提升员工诉求表达与意见反馈的便捷性、高效性。

#### 报告期内



公司全年下基层走访

65次



收集意见

55条

基层员工矛盾化解率

100%



### 案例 | 员工满意度调研全覆盖，靶向优化提升员工体验

2025年，公司员工满意度调研实现一线生产、营销推广、职能管理等全岗位覆盖，系统性收集员工反馈，员工满意度达85%。人力资源部门牵头联合业务、后勤、安全等多部门，针对调研反映的重点问题提出优化薪酬激励结构、完善工作流程与配套保障、拓宽职业发展通道、升级后勤服务设施等应对举措，持续精进公司管理效能，进一步提升员工满意度、幸福感与归属感。

### 案例 | 召开职工代表大会，制度修订凝聚发展共识

2025年4月，公司召开第十五届四次职工代表大会，会议审议通过《奖惩制度（修订草案）》，要求以刚性约束筑牢底线、柔性激励点燃奋斗激情，构建“事业共同体、利益共同体、命运共同体”。该制度通过强化绩效考核与权益保障机制，推动员工与企业目标深度绑定，为后续管理效能提升奠定基础，获185名职工代表高度认同。



第十五届四次职工代表大会

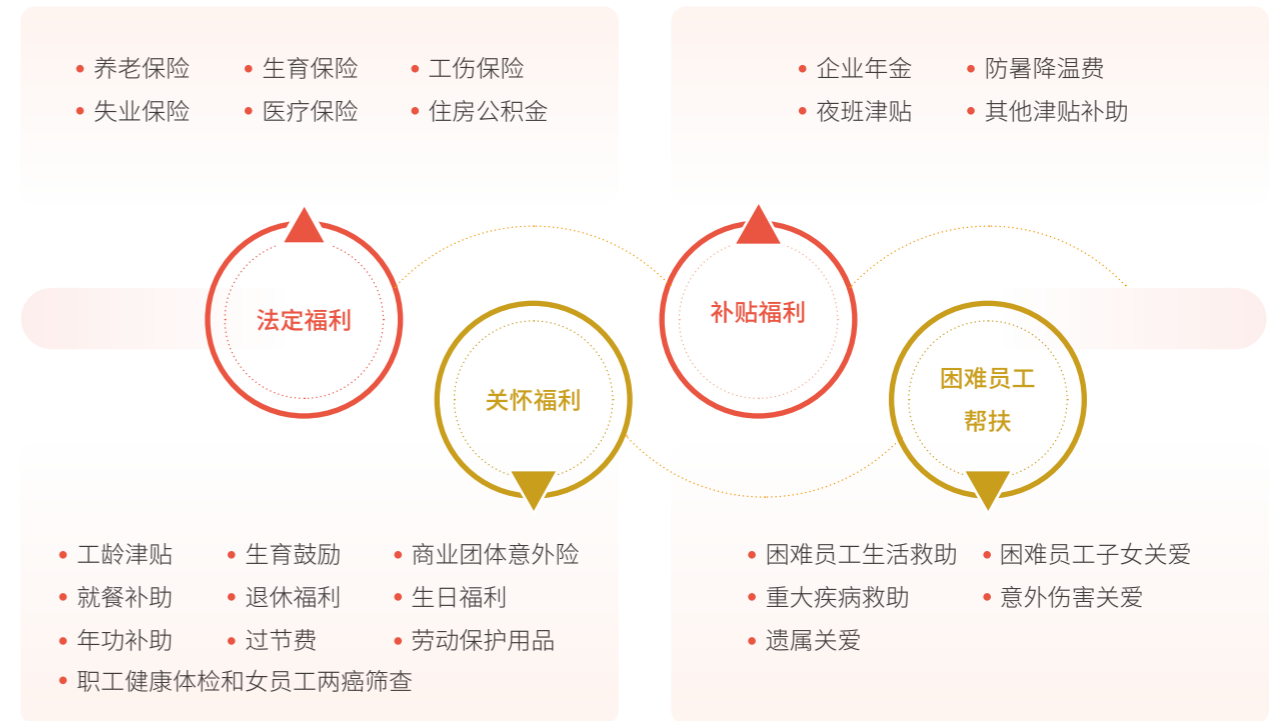
## 薪酬与福利

公司构建了完善的薪酬激励体系，制定《薪酬制度》《绩效考核办法》等多项制度，秉持“鼓励创新者，鞭策后进者，重用实干者”的激励理念。员工工资遵循以岗定薪、岗动薪变原则，结合岗位特点与职责，实行多种工资制度。同时迭代调整绩效考核体系，充分激发员工干事创业的积极性与主动性。



## 员工福利关怀

公司在员工福利关怀领域，践行与员工“双向奔赴、双向互动”的价值追求。公司制定并推行《福利制度》《休假制度》《员工关爱方案（试行）》，明确困难员工帮扶等各类关爱举措实施细则，落地企业年金、健康体检、四季关爱等福利保障，持续提升员工的参与感、获得感、成就感与幸福感。



## 员工福利类型

### 报告期内

公司向 202 名困难职工家庭审核发放

重大疾病救助金 **133.64** 万元

向 41 名困难职工家庭子女发放教育救助金及生活费

**46.11** 万元

向 54 名困难职工发放生活救助金

**23.4** 万元

累计向 316 名因疾病、事故导致生活困难的职工发

放各类救助金、生活补贴、生活费等 **221.39** 万元



### 多样员工关怀活动

#### 员工关怀

公司落实员工关怀政策，积极开展“七一”慰问困难党员及职工活动、举办第六季洋河高考子女夏令营、第四季酒嫂亲子活动等丰富多样的关怀活动。



困难党员、职工、退役军人走访慰问活动



月圆梦圆，醉美洋河庆“双节”活动



第四季洋河酒嫂亲子活动



第六季洋河高考子女夏令营

#### 集体文体活动

公司举办第二十一届职工运动会，近千名职工代表同台竞技；组建员工龙舟队参与端午竞渡，开展车间拔河、女神节接鲜花游戏等趣味活动，还协办“天之蓝杯”职工羽毛球赛，组队参加国有企业党建联盟职工篮球赛，以多元赛事凝聚团队协作力量，传递健康理念。



第二十一届职工运动会



建功新时代，逐梦新征程乒乓球比赛



“洋河·梦之蓝”员工龙舟队



全员趣动会

#### 关爱离退休人员

公司用心关爱离退休人员，举办重阳节基地游、智能手机使用讲座，为老党员颁发“光荣在党 50 年”纪念章，感恩其过往贡献，持续传递企业温情。



“光荣在党 50 年”纪念章颁发仪式



退休党员党支部主题活动



“春节送温暖”走访慰问

#### 员工兴趣协会

公司依托 12 个员工兴趣协会，开展书画、球类、骑行等活动，丰富员工业余生活，搭建多元交流平台，让员工在工作之余收获快乐与成长。



摄影协会采风活动



掼蛋协会承办运动会掼蛋比赛



骑行协会举办刘老庄“红色教育”骑行



太极拳协会参加 2025 第三届淮海经济区武术大会

## 培训与发展

公司围绕“对上承接战略、对下对接业务需求”的核心培养目标，聚焦专业素养、业务能力两大提升维度，系统化开展各类培训，精准赋能员工综合履职能力。同时，公司持续完善“双通道”职业晋升机制，为员工明晰发展方向与努力目标，以体系化培养筑牢人才成长根基，为企业发展注入持续的人才活力。



“双通道”职业晋升机制

公司围绕“年轻化、知识化、专业化”原则，制定《年轻干部人才培养计划》，完善人才晋升与选拔机制以保障公正透明。计划搭建管理层、中层、基层“量质兼顾、内外兼修”的三级人才梯队队伍，通过专题培训、实践锻炼、传承带教等多元方式赋能干部，为公司高质量发展筑牢人才根基。



三级人才梯队队伍

## 人才培养体系

公司通过完善制度体系系统化推进员工培训赋能，制定《培训制度》《“师带徒”培训管理办法》等多项规章，筑牢培训管理基础。公司构建干部管理“1+N”制度体系，以《干部管理体系建设思路》为核心，落实干部三级培训体系，启动领航、远航、启航计划，组织 26 期领导管理能力专题培训，5,173 人次参训；同时探索“轮岗培养+课题研究”管培生培养新模式，常态化开展季度考核，全方位强化人才培育，为企业发展注入持续动力。

## 员工培训项目

| 培训项目    | 报告期内开展情况   |
|---------|--|
| 领导力培训体系 | <p>远航计划—中层干部：围绕跨部门沟通、决策管理、团队管理、目标与计划管理等主题，通过苏酒智汇线上形式开展专题培训，提升中层干部的综合管理能力。</p> <p>远航计划—新晋干部：开展《作风建设》《目标分解与达成》《高绩效团队建设与管理》等主题培训，帮助新晋干部掌握目标及团队管理方法，促进管理水平提升。</p> <p>基层管理人员培训：围绕酿酒安全生产、精益管理、6S 管理、食品安全、应急救援等主题开展培训，提高基层管理人员业务和管理水平。</p> <p>新员工入职培训：组织新员工围绕企业文化、规章制度、公益知识等开展理论培训，并组织到酿酒、制曲、包装、酒体设计中心实践学习，快速融入洋河。</p>  |
| 营销培训体系  | <p>营销系统专题培训：开展事业部、大区、销售公司层面培训及训战，以实战经验交流分享，促进事业部间的对标学习，进一步提升营销团队的作战能力。</p> <p>营销大讲堂：围绕销售团队管理、目标分解与达成、内部沟通等主题，组织营销管理人员参与线上课程培训，提高基础业务水平及综合素养。</p> <p>品质信仰营销酿酒师训战：聚焦产品品质，系统学习及沉浸式体验酿酒、制曲、品酒等关键工艺，组织品牌品质信仰训战。</p> <p>营销大讲堂：围绕团购工作、酒店渠道运作、厂商一体化建设等主题，挖掘市场优秀案例、促进经验复制推广，锻炼分办负责人总结及表达能力。</p> <p>营销业务知识竞赛：开展“2025 年营销岗位大练兵”活动，提升营销人员的专业素养与实战能力，打造一支能挑重担、能打硬仗的营销铁军。</p> <p>营销全员应知应会：更新并精简《营销人员应知应会学习手册》，检验学习成果，全面提升营销全员对公司产品、文化熟练程度。</p> |

| 培训项目   | 报告期内开展情况       |   |
|--------|----------------|---|
| 客户培训体系 | 分办负责人、经销商一体化建设 | 组织厂商一体化培训，提升经销商团队业务水平。  |
|        | 核心终端客户、经销商游学   | 牵头组织探秘洋河游学活动主题培训，并协助市场组织品酒、酒文化主题培训，使终端客户、经销商深度体验和感受公司产品卖点及企业文化。     |
|        | 电商主题培训         | 组织洋河电商内容团队酒文化专项培训，筑牢品牌品质宣传阵地，推动电商业务高质量转型发展。                         |
| 工匠培训体系 | 职业技能评价         | 组织酿酒师、白酒酿造工、包装工、品酒师四个工种技能评价，优化技能人才结构与梯队建设。                          |
|        | 省高研班           | 承办省级品酒师高级技师岗位技能提升培训，提升品酒高级技师基础白酒品评技能、十二大香型基本质量差的品评鉴别技能。             |
|        | 特殊岗位作业 / 校企合作  | 培养特殊工种岗位操作专技人才，与淮海技师学院、宿迁清大东方消防职业技能培训学校开展校企联培，保障各岗位规范作业，提升工作效率水平。   |
|        | 洋河学苑—内训师培养     | 聘任 289 名洋河学苑讲师，实现动态管理，加强洋河学苑讲师动态管理，提升讲师团队战斗力。                       |
|        | 书香企业           | 组织第三届读书节活动，开展“阅读打卡、玩转书签、创意海报”征集活动，持续营造浓厚的读书氛围，形成“爱读书、读好书、善读书”的良好风尚。 |
|        | 苏酒智汇平台         | 进一步补充学习资源，丰富职工学习方式，有效促进组织人才的培养。                                     |

年度主要培训项目

报告期内

公司培训支出金额  
**569.77** 万元

参训人次达  
**2.23** 万人次

培训员工覆盖率  
**100** %

公司开展线上学习  
**682** 场

组织线上考试  
**1,059** 场



注：员工培训详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

## 健康与安全

公司始终坚守“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，恪守“预防为主、防治结合”的职业病防治工作方针，以全员安全生产责任制为核心，系统推进安全管理高质量发展。坚持固本强基、源头管控，系统性防范化解重大安全风险，持续推进安全治理体系和治理能力现代化，全力保障安全生产形势持续稳定向好。通过纵深推进安全生产治本攻坚三年行动，持续夯实本质安全基础：高质量完成安全生产标准化模拟评审，体系建设成效获专家团队充分认可；常态化开展重大事故隐患专项治理，全年累计实施安全综合评价 8 次、专项提升行动 12 期，实现安全风险全流程闭环管控。始终将员工生命安全与身心健康置于首位，实现健康体检与安全生产培训“双 100% 覆盖”。凭借扎实的管理成效，公司先后获评“江苏省健康企业”“宿迁市平安企业”荣誉称号。

### 体系认证



公司获得职业健康安全管理体系认证

## 安全生产管理

公司秉持“以人为本、员工至上、生命至上、安全至上”核心理念，持续构建完善安全生产制度体系，搭建起权责清晰、全链条覆盖的规范化职业健康安全管理框架。公司将职业健康安全作为 ESG 工作重点议题，由董事会 ESG 委员会统筹管理，同时设立以总裁作为安全生产最高负责人的安全环保委员会，并在各生产基地设置安全环保部，由安委会办公室提供工作支持，严格落实公司职业健康安全管理主体责任。

公司围绕管理全流程建立健全职业健康安全管理、检测、培训、检查告知等系列制度，明确要求包括正式员工、实习生以及承包商等在内的所有外来人员严格遵照执行，同时制定《相关方安全管理制度》，与各相关方签订《安全环保协议书》并完成全流程安全告知，在相关方开展作业前组织专项安全教育培训，持续强化对供应商、运输商、承包方、承租方及各类外来人员的全周期规范化安全管理，切实筑牢企业全链条安全生产防线。



管理架构与职责

2025 年

公司持续深化安全生产体系建设，牵头组织各基地安环部门系统修订安全生产管理制度

31 份，为安全生产工作提供了全面、规范的制度遵循。



同时，公司积极推进标准化建设与专项整治，通过发布负责人履职行动计划、组织签订安全目标责任书压实主体责任，依托智能化管理平台与专业化人才培养优化作业环境。全年开展多次应急演练和安全月系列活动，实现“零事故”目标，保障员工安全。

安全应急演练

应急演练：52 个部门及车间分层分类开展安全应急演练 202 次，聚焦有限空间作业防护、人员密集场所应急疏散、人孔泄漏处置、高浓度有机废水管网堵塞外溢等关键场景，锤炼实战处置能力。

安全责任考核

考核机制：以《全员安全生产责任制清单》《安全生产目标责任书》为依据，各基地每月开展 1 次考核，考核结果与评优、奖惩挂钩，未完成责任要求的取消年度先进个人评选资格。

安全隐患排查

建立常态化安全检查机制，定期开展季节性、节假日前专项检查及综合性安全检查，对发现的隐患实行闭环管理，及时消除安全风险，筑牢安全生产防线。

安全培训宣贯

培训机制：构建公司级、部门（车间）级、班组级三级安全教育培训体系，实现培训 100% 全覆盖，建立全员安全培训档案；对新入职、转岗、提拔人员，5 个工作日内开展岗位安全责任制培训。

培训活动：邀请应急管理部原安全生产监察专员尚文启开展安全管理能力提升专题培训，开展“人人讲安全个个会应急—查找身边安全隐患”安全生产月活动，组织安全技术比武、应急演练等 80 余次活动，参与人数 6,300 余人次。

安全生产管理举措

部分员工培训



公司开展主题安全培训



双沟酒业开展三级培训



洋河分公司开展第四季度消防预案演练



梨花村酒业组织开展安全综合检查

提升职业健康与安全管理绩效，公司每年设定指标目标并评估目标达成情况。2025 年度，公司安全生产相关目标均已达成，达成情况如下：

| 目标内容                       | 2025 年达成情况 |
|----------------------------|------------|
| 无重伤及以上人身事故，生产性轻伤事故率 ≤ 1.5‰ | 已达成        |
| 安全教育率 100%，风险分级管控知晓率 100%  | 已达成        |
| 生产性部门兼职安全员取证率 100%         | 已达成        |
| 外包施工人员安全培训 100%            | 已达成        |

公司安全生产管理绩效如下表所示

| 指标名称               | 单位    | 2025 年数据 |
|--------------------|-------|----------|
| 安全生产事故数量（轻伤）       | 次     | 8        |
| 安全生产总投入            | 万元人民币 | 7,821.37 |
| 安全培训总时长            | 小时    | 5,088    |
| 安全演习（火灾、有毒气体泄漏等）次数 | 次     | 615      |

## 职业健康管理

公司高度重视员工职业健康，依法开展职业健康体检和作业场所检测，建立员工健康档案，落实必要的个体防护措施，构建全方位防护与管理体系，配套完善防护设施。同时，公司更注重员工日常健康管理与健康促进，定期组织健康体检、专题讲座和健康培训，开展义诊咨询和健康宣教活动，提升员工健康意识和自我防护能力，持续优化作业环境和工作条件，营造关爱员工身心健康的良好氛围。

### 健康监护与保障

- **体检与建档：**为全体员工开展职业健康体检，针对 758 名接触粉尘、噪声等职业危害因素的员工，建立个人健康监护档案，动态追踪健康状况。
- **防护措施：**配齐劳动防护设施，针对性落实粉尘、噪声、有毒有害防治措施，确保作业场所劳动安全卫生条件符合国家法定标准。

### 作业环境改善

- **工作条件优化：**采用智能化、便捷化、人性化新设备、新工艺，降低操作人员劳动强度，优化作业环境舒适度与安全性。
- **异味隔离：**污水处理站厌氧池、调节池等恶臭挥发部位实施密闭式管理，安装辅助除臭设备，集中处理挥发性恶臭；定期开展厂界恶臭及噪音检测，确保排放指标达标，改善作业环境。

### 培训沟通与宣贯

- **培训宣贯：**将职业健康知识纳入三级安全教育培训，通过安全信息平台定期推送健康安全知识，在作业场所公示职业危害因素检测结果，张贴安全警示标志牌、职业危害因素告知卡，强化员工防护意识。
- **沟通机制：**遵循逐级沟通原则，制度下发后 15 个工作日内完成各级责任沟通，新员工及转岗人员 5 个工作日内完成沟通，确保员工理解职业健康责任与防护要求，沟通记录全程留存。

### 职业健康管理举措

#### 部分职业健康管理举措



职工健康安全体检

#### 女职工公益义诊



医药箱与应急物资

报告期内，公司职业健康管理相关目标均已达成，达成情况如下：

| 目标内容                  | 2025 年达成情况 |
|-----------------------|------------|
| 员工体检覆盖率 100%          | 已达成        |
| 开展女员工两癌筛查，女员工参检率 100% | 已达成        |

## 保障供应安全

洋河股份持续完善供应商管理体系，以制度规范筑牢采购各环节风险防控防线。公司依托自身产业优势，积极引导供应商推进绿色低碳转型，强化阳光采购全流程管控，严格落实平等对待中小企业要求。通过多元举措，全方位提升供应链韧性与可持续发展能力，为企业高质量发展与产业生态升级奠定坚实基础。

### 供应链安全

公司将供应链安全视为企业稳健运营的基石，通过完善的治理体系、前瞻性战略、风险管控机制及持续绩效改进，构建安全、韧性与可持续的供应链生态。公司致力于与供应商协同发展，确保从源头到终端的全链条合规、高效与透明。

### 治理

公司高度重视供应链安全管理，制定并持续完善《采购管理办法》《采购管理程序》《供应商管理办法》《采购实施管理办法》等一系列制度，优化采购流程，规范供应商行为，保障供应链的稳定与安全。

公司由供应链管理中心作为供应链管理负责部门，清晰界定采购管理、供应商全生命周期管控、订单快速响应等核心权责，形成闭环治理。治理架构横向联动质量、数字化运营、生产等多部门，依托智慧供应链平台打通全链路数据壁垒，保障了供应链的高效稳定运行。

报告期内，公司对《供应商管理办法》进行更新修订，新增食品安全、环境保护、供应商标准等多项要求，提升供应链合规与可持续发展管理水平，建立供应商黑名单信息库，限制期内禁止黑名单单位参与公司招采活动，强化供应商违规行为约束。



## 战略

公司基于供应链管理效能优化目标，系统性识别供应链面临的风险与机遇，制定针对性应对策略，确保供应链安全稳定运行，支撑企业持续健康发展。

### 供应链相关风险及影响清单

| 风险类型      | 风险描述   | 风险发生的时间周期 | 风险发生的可能性 | 对公司财务影响的说明   | 应对措施  |
|-----------|--|-----------|----------|--|---|
| 供应链中断风险   | 原材料供应依赖特定供应商或产区，受不可抗力因素影响，可能导致原材料供应中断，影响公司生产连续性和市场供应能力。              | 中期        | 中        | 若酿酒原粮因依赖特定产区或受不可抗力影响出现供应中断，可能导致公司生产连续性受到影响，产品交付延迟，市场供货受到波动。  | 构建多元稳定的原粮供应体系，强化战略储备与长期合作保障，建立应急响应机制，并通过动态监测与风险评估，全面提升供应链韧性与安全可控性。        |
| 原材料价格波动风险 | 原材料价格受市场供需关系、成本、资源等多重因素影响，价格波动可能增加企业生产成本。                            | 短期        | 低        | 若原材料及包材受多重因素影响出现价格波动，可能导致生产成本上升，产品毛利率下降，同时增加营运资金的占用规模。       | 强化原材料市场研判与动态预警，优化采购及库存策略，深化合作实现降本增效，丰富原料供应选择，建立原料价格与产品定价联动机制。             |
| 供应商质量风险   | 供应商产品质量不稳定可能影响公司产品质量和食品安全。   | 短期        | 低        | 若供应商产品质量不稳定，可能影响公司产品质量及食品安全，造成生产效率降低、生产成本增加，品牌声誉受到不利影响。      | 严格供应商准入管理，实施全维度考核与分级管控，推进质量前移管控，强化供应商赋能培育，搭建协同平台实现质量信息全流程可追溯。             |
| 供应链合规风险   | 供应商在环保、劳工权益、食品安全等方面的合规违规行为易影响供应链稳定性及企业声誉，食品接触材料若不符合国标规范，还可能引发食品安全风险。 | 中期        | 低        | 若供应商存在违规行为，可能引发食品安全风险，造成供应链运行不稳定，增加采购及转换成本，同时企业品牌声誉容易受到不利影响。 | 将 ESG 相关要求融入供应商准入体系，开展 ESG 评估与多维度合规检查，建立黑名单管控机制，常态化开展供应商合规培训，全面强化供应链合规管理。 |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

### 供应链相关机遇及影响清单

| 机遇类型       | 机遇描述   | 风险发生的时间周期 | 风险发生的可能性 | 对公司财务影响的说明                                       | 应对措施   |
|------------|--|-----------|----------|--|--|
| 供应链数字化转型机遇 | 运用大数据、物联网等数字技术，实现供应链全流程数智化管理，提升供应链透明、协同与风控能力，推动其向高效、精准、敏捷转型。     | 长期        | 高        | 供应链数字化转型中长期可降低采购及整体运营成本，减少资金占用，提升企业盈利能力。         | 打造数字化供应链，以智能技术优化采购库存管理，搭建协同平台实现信息透明，构建全链路追溯体系，推动质量数据实时采集、货物流向全程可溯。 |
| 绿色供应链建设机遇  | 推动供应链绿色低碳转型，通过绿色采购等举措，提升 ESG 表现与品牌价值，增强市场竞争力。                    | 长期        | 中        | 绿色供应链建设可降低运营及合规成本，提升资源利用效率，同时降低融资成本，提升品牌价值与市场收益。 | 构建绿色供应链，落地绿色采购标准，赋能供应商低碳转型，优化包材轻量化可循环，建立碳管理机制，升级绿色物流，推动全链路降碳减排。    |
| 产业链协同创新机遇  | 深化供应商战略合作，推动产业链上下游协同创新，以联合研发等方式提升产业链整体竞争力与创新能力，打造更具韧性和竞争优势的产业生态。 | 中期        | 中        | 产业链协同创新可降低研发成本，提升产品竞争力与企业盈利能力。                   | 深化供应商协同创新与标准共建，强化技术管理赋能培育，搭建数据共享机制、建立质量激励模式，全方位赋能供应链提质增效。          |
| 地方产业带动机遇   | 通过原粮基地建设、产业链延伸带动地方多产业发展，实现企业地共赢，提升社会影响力。                         | 长期        | 高        | 地方产业带动可降低原材料采购及物流成本，同时有机会获得地方政府政策支持，优化企业成本结构。    | 布局特色原粮基地并实施专属管理，培育本地供应链、打造白酒产业集群，以技术与管理赋能地方，依托地理标志打造区域品牌，深度助力乡村振兴。 |

注：此处短期指 1 年以内，中期指 1-5 年，长期指 5 年及以上

## 影响、风险和机遇识别

公司致力于构建并完善供应链风险“识别—评估—监测—管理”闭环管理体系，通过系统化管控各环节潜在风险，增强供应链韧性、保障业务连续运营。同时公司建立覆盖超 60% 供应商的动态监测机制，开展年度现场检查，搭建应急机制快速响应各类危机，全方位保障供应链安全稳定。供应链重大风险评估工作由采供物流中心、供应链管理中心的联合负责，重点识别供应中断、产品质量不达标、包材污染等核心风险。

### 供应商准入与审核

公司依据《供应商管理办法》，明确包装材料、原辅料等各类别新供应商的准入标准。准入评审涵盖技术能力、质量体系、合规运营及可持续发展表现等多维度，确保从源头把控风险。新供应商须通过样品检验、资质审核等流程，并经批准后方可纳入《合格供方名单》。公司针对因抢险救灾、突发状况等导致的紧急采购需求，制度明确了特殊准入流程，由采购部门评审确定并报批，以快速响应，化解供应中断风险。



以寻源、评审等方式推动新单位扩充工作



以考察、审批等方式开展新单位审核与准入工作



管理中心办公室、采供物流中心办公室备案

紧急采购方式准入流程

### 供应商考核与评估

公司对包装材料、原辅料、五金备件及其他物资供应商进行分类管理，设置差异化的评审标准，涵盖质量、价格、交货期、售后服务、可持续发展等维度。公司制定有《供应商库动态管理方案》，依据年度评审结果将供应商分为四个等级。考核结果直接关联采购决策，形成“优胜劣汰”的动态管理机制，持续优化供应商结构。

公司坚持“小步快跑”理念和“靠前一步”理念，迭代生产调度模型，优化库存结构，强化业务流程重构，推进应急响应能力提升。公司全面排查供应链上下游风险，覆盖来料、生产到销售运输的各环节，推进供应链优化项目，建立日纠偏、周跟进、月通报管控机制，确保供应链风险全程可控。

#### 案例 | 多维规范引领，助力包材直送模式落地

2025 年，公司启动免检供应商辅导，围绕组织架构、产品质量控制等 8 个维度制定《直送包材供应商管理规范》，同时筛选供应商，开展直送包材供应商现场评审，实施供应商培训与现场考核，同步推进数字化系统开发应用与操作培训。年末，11 家供应商顺利通过考核，此次培养与考核强化了供应商源头质量管控，保障了海之蓝包装材料直送模式的顺利推进，为包材供应的稳定性与合规性奠定了坚实基础。



免检直送供应商考核

## 供应商培训与赋能

报告期内，公司多次组织开展“供应商对标学习活动”“供应商符合海关相关要求培训”等专项活动，围绕供应商产品质量、现场管理等方面进行培训，通过开展培训、对标交流的方式，实现资源共享、优势互补，不断缩小各单位管理上的差距，提升合规运营能力。

#### 案例 | 供应商培训赋能，提升供应链质量与食品安全管理水平

为持续提升供应链管理水平和现场管理水平，公司通过培训与现场辅导相结合的方式，对重点包材供应商开展规范化管理与质量控制专项赋能，推动供应商在生产管理、食品安全及质量追溯等方面持续提升。培训与辅导后，各供应商均建立并完善 6S 管理体系，生产现场规范化水平明显提高。8 家核心供应商实现从原材料采购到成品交付的全流程数字化追溯，通过酒业物联数字化平台等系统实现质量信息可查可追，进一步保障产品质量。



供应商现场培训

#### 案例 | 包材专项培训提质增效，赋能供应商协同发展

公司针对包装材料供应商关键人员开展分批次、分品类、分项目的专项培训累计 8 次，覆盖 150 余人次，内容聚焦直送包材检验标准、质控平台操作等核心内容。培训有效强化供应商质量自主管控意识，提升自主质检准确性，通过实施严格的能力考核认证，确保供应商对标准的理解与执行达成一致，最终认证通过率达 100%，确保企业质量标准在供应链端精准落地，为建立长期稳定的战略合作伙伴关系奠定基础。



供应商专项培训

## 指标与目标

公司针对供应链管理设定明确年度目标，设定量化指标追踪供应链安全绩效，确保各项目目标落地执行，保障供应链安全稳定运行。2025 年关键数据如下：

### 供应链安全管理目标

| 指标类别      | 2025 年目标  | 达成情况  |
|-----------|---|---|
| 供应商现场检查管理 | 全年开展供应商现场检查不少于 4 次，完成检查整改报告不少于 4 份，形成闭环管理                 | 达成，按目标完成供应商现场检查及整改报告编制，实现闭环管理                           |
| 物资供应合格率   | 包材供应物资一次性交验合格率 95% 以上，原辅料合格率不低于 93%，五金备件及其他物资合格率不低于 98.5% | 达成，包材实际合格率 97.47%、原辅料实际合格率 93.36%、五金备件及其他物资实际合格率 98.77% |

注：供应链安全管理具体详细数据及往年可比数据请详见附录“关键绩效表”。

## 可持续采购

公司践行绿色、负责任的发展理念，将可持续发展要求深度融入采购战略与日常运营。公司不仅关注采购物资的成本与质量，更致力于通过严格的绿色标准、积极的供应商赋能及阳光透明的采购机制，构建环境友好、社会负责任、商业道德规范的价值链，推动全产业链的协同升级与共赢。

### 绿色采购标准

修订《洋河股份供应商管理办法》，新增多项食品安全、环保节能、可持续发展相关要求，与酒水直接接触的供应商准入需纳入食品安全认证体系，年度供应商评价标准中增加节能降本提案要求，二级供应商管理设立食品安全一票否决项。同时，引导供应商优先选用低能耗、低污染、无毒害、资源利用率高、可回收再利用的环保材料，确保采购环节符合绿色发展导向。

### 供应商绿色转型

通过四大体系建设和定点帮扶机制，引导上游供应商主动适应绿色低碳发展要求，推动供应商在质量管理、环境管理、污染防治、绿色生产等方面升级，完善供应链可持续发展体系。

协助供应商开展窑炉、退火窑、电机、光伏发电等节能改造，降低单位产品能耗，降低上游碳排放。

### 可持续供应链管理举措

## 平等对待中小企业

公司切实保障平等对待中小企业，积极维护与供应商、经销商等合作伙伴的良好关系，严格按照合同及时支付中小企业款项，致力于构建公平、透明、互惠的合作关系。报告期内，公司未产生中小企业款项逾期未支付的相关情况。

### 采购源头节能降耗

围绕源头节能降耗目标，持续推进包材减量化与工艺优化工作，通过实施“君坊手提袋提绳提质优化”“海之蓝（22）版标产线改进”等 7 项项目，优化材料结构和生产工艺，减少原材料使用及加工能耗。在缓解包材供应压力、提升采购效率的同时，降低产品全生命周期资源消耗和碳排放，推动供应链向绿色低碳方向协同转型。

### 阳光采购

通过《采购实施管理办法》《招标监督管理办法》等制度，确保采购流程的公平、公正、透明。公司与所有供应商、内部关键敏感岗位员工签订廉洁承诺，明确禁止商业贿赂等 10 项违规行为，建立了“季度内部约谈 + 半年度供应商约谈”的常态化廉洁监督机制，为可持续采购营造了风清气正的环境。

### 案例 | 深化阳光采购建设，数字化构筑招采合规与效率双防线

2025 年，公司持续推进阳光采购工作，历时 6 个月完成前期调研与平台搭建，后续推进二期平台开发，其间上线“洋河 e 采”电子招采平台，打造高标准开评标室并推广至分子公司，完成二期平台五大功能及 20 余项业务需求上线，实现招采全流程可追溯、去人为化及评标全跟踪，随机抽取评委降低廉洁风险，全面堵塞招采漏洞，规范招采流程，为公司招采业务规范化、标准化发展提供支撑。



招采小课堂阳光采购培训

## 助力行业发展

洋河股份坚守“勇挑重担、同舟共济”的使命担当，积极融入国家发展战略，深度参与行业交流合作，公司积极搭建交流平台、深化产学研协同，贡献洋河智慧和实践经验。在文化传承方面，公司通过品牌文化 IP 创新演绎匠心传承；借助世界华商大会等国际舞台讲好中国白酒故事，让中国白酒文化在世界舞台绽放光彩。

### 行业交流合作

公司始终将推动行业高质量发展作为重要使命，积极搭建交流平台、深化产学研合作、拓展跨界协同。2025 年，公司承办多项行业顶级峰会与技能竞赛，推动行业技术创新与人才培养，打破产业边界，构建开放共赢的产业生态。

#### 案例 | 承办中国白酒 T9 峰会，引领行业高质量发展

2025 年 4 月，公司承办第十四届中国白酒 T9 峰会。峰会期间，公司提出“固本正源、行稳致远”的发展观，积极响应酒业防内卷倡议，倡导良性竞合。同时率先推出传统行业向 AI 智能转型，聚焦品质控制、市场营销等智能化升级。此次峰会展现了公司的行业领导力与担当，推动构建健康、可持续的产业生态，为白酒行业高质量发展贡献了重要智慧。



第十四届中国白酒 T9 峰会

#### 案例 | 拓展跨界战略合作，打造产业融合新生态

公司积极拓展跨界战略合作，与多家知名企业和机构建立战略伙伴关系。与中船文创签署品牌合作协议，开启“大国重器 + 民族品牌”跨界合作新阶段；与京东集团、阿里巴巴深化电商合作；与江苏省旅游协会签订战略合作协议，促进文旅产业融合。这些跨界合作打破了产业边界，借助战略伙伴的平台优势创新营销模式、拓宽市场渠道，提升了品牌影响力和市场竞争力。



公司与阿里巴巴本地生活达成战略合作



公司与江苏省旅游协会签订战略合作协议

#### 案例 | 到访中国酒业协会，政企对话凝聚行业发展共识

2025 年 7 月，公司党委书记、董事长顾宇率队到访中国酒业协会，与理事长宋书玉进行深入交流。双方围绕中国白酒产业的未来走向以及如何推动行业高质量发展等议题展开深入探讨。此次拜访加强了公司与行业最高权威组织的沟通联系，深化了对行业发展趋势的共识，为公司战略布局提供了重要指引，同时展现了公司积极参与行业治理、推动产业升级的责任担当。



访问中国酒业协会

#### 案例 | 承办白酒行业创新发展交流座谈会，共同促进技术创新与人才培养

2025 年 9 月，公司召开白酒行业创新发展交流座谈会暨 2025 年白酒专业委员会职工技术创新成果评审会。各会员单位的代表围绕守正创新赋能传统酿造、白酒技术跃迁与创新发展等核心议题进行了经验分享。此次会议通过搭建技术交流平台，促进了技术经验分享与智慧碰撞，推动行业技术创新与标准建设，为行业高质量发展夯实人才基础。



白酒行业创新发展交流座谈会

### 传承酒业文化

公司始终将文化传承作为品牌建设的核心，创新文化表达形式，系统性地展现中国白酒的匠心工艺与深厚底蕴。公司举办系列品牌文化活动的同时，积极参与国际性商业盛会，向世界讲述中国白酒故事。

#### 案例 | 传承匠心工艺，封藏大典演绎白酒文化时代新章

2025 年 4 月，公司第十二届封藏大典在酒都宿迁隆重举办。大典以创新形式解读时间之书——《洋河“真”言》，创新演绎“真年份·真手工·真绵柔”的品牌精神，生动展现公司的匠心传承和中国白酒文化的时代新韵。此次封藏大典展现了洋河的工艺坚守，诠释了品质承诺的深刻内涵，彰显了中国白酒文化自信，有效提升了品牌文化软实力。



2025 洋河股份封藏大典

案例 | 谷雨大讲堂——雨生百谷，在“大国绵柔”中畅想白酒春天

2025 年 4 月，公司举办了以“大国绵柔，梦向未来”为主题的谷雨大讲堂，海内外嘉宾欢聚一堂，共品佳酿。活动现场正式启动大国绵柔文化大使全球招募计划。此次活动将传统节气与白酒文化深度结合，创新了文化传播形式，拓展了中国白酒文化的国际传播视野，汇聚多方力量探索发展路径，为引领行业文化建设与白酒文化国际化发展贡献了重要力量。



谷雨大讲堂

案例 | “万窖齐开，酒中头排”，头排酒开窖节盛启

2025 年 9 月，第八届洋河·双沟头排酒开窖节盛大启幕，洋河、双沟、泗阳三大生产基地 7 万口窖池同时开窖，文化名家、媒体代表与经销商齐聚现场，共同见证了头排酒的诞生。场面直观地展现了公司强大的生产规模和酿造实力，以开放与透明筑牢品质与信任。仪式化的开窖活动让参与者深度体验了传统酿造文化的魅力，更深化了渠道合作伙伴对品牌的认同感和信心。



第八届洋河·双沟头牌酒开窖节

案例 | 亮相全球商业盛会，以白酒为媒拓展中国酒文化传播路径

2025 年，公司积极参与法国 WINE Paris 2025 展会、塞尔维亚国际酒类博览会、新加坡 TFWA 展会、第十八届世界华商大会等出海展会，向世界讲述中国白酒的品质故事和文化内涵，推动中国白酒品牌在国际舞台上的认知度和美誉度持续提升。



第十八届世界华商大会



新加坡 TFWA 展会



塞尔维亚国际酒类博览会

# 爱心回馈社会

洋河股份秉持“报国报民报一方”的公益理念，积极履行社会责任，以绵柔大爱回馈社会。公司依托江苏梦之蓝公益基金会，持续推进教育帮扶、应急救援、困难群体关爱等公益项目，深度参与地方社会治理与民生改善；通过产业援藏、教育支持等方式助力区域协同发展，积极响应乡村振兴战略；在重大灾害和社会突发事件中快速响应，以实际行动诠释民族企业的使命担当，传递向上向善的正能量，让发展成果惠及更广泛的社会群体。

## 社会贡献

自 2002 年设立“梦之蓝公益基金”以来，公司以教育公益为纽带，不断拓展社会公益覆盖半径，在航天公益、抢险救灾、体育运动等领域积极开展公益活动，促进经济社会可持续发展。为积极践行社会责任，公司董事会于 2025 年 11 月审议通过《关于对外捐赠的议案》，计划将于 2025 年—2029 年期间向宿迁市慈善总会合计捐赠人民币 1,500 万元，助力地方公益事业建设。

### 报告期内

公司对外捐赠投入金额共 **1,865.07** 万元  
员工志愿活动总时长达 **6,202** 小时

- 设立“圆梦教育发展基金”，为地方教育事业注入动能。实施“众善众举、圆梦助学”公益项目，2025 年发放救助金 312.18 万元，资助困难家庭学生 506 人次
- 打造“贵州贵酒·梦想计划”，2025 年度捐赠 520 万元，帮助 60 名受助学子解决大学期间的学费和生活费
- 联合宿迁学院成立“洋河梦想助学金”，2025 年定向捐赠 40 万元，专项用于资助奖励宿迁学院品学兼优的贫困学生

- 设立“梦之蓝中国航天基金奖学金”，激发青年的航天科研兴趣，为中国航天事业发展增添新动能
- 发起的“航天科普进校园”活动，深入全国数十所偏远地区中小学
- 推出“百万航天合伙人计划”，参与人次突破百万



- 开展“我爱天之蓝”城市定向挑战赛，助力洋河蓝色经典村BA篮球联赛、马拉松、苏超等多元化体育活动
- 赞助中国女足官方合作伙伴、赞助江苏省围棋男队参与中国围棋甲级联赛 2025-2026 赛季、举办星企高尔夫公益赛

- 赞助《大江东去》舞台剧、《红楼梦》原创民族舞剧、《故宫三部曲》人工智能艺术大展、山河壮美——江苏当代名家绘画大展合作等



重要荣誉

报告期内，公司荣获江苏省公益慈善领域的最高奖项“江苏慈善奖”，并入选“最具爱心慈善捐赠企业”。



案例 | 深蓝探索，航天逐梦，洋河签约航天公益事业战略合作伙伴

2025 年 5 月，公司在苏州第三届先进技术成果转化大会上，与长三角转化中心、中国航天基金会签署公益协议，成为该公益事业战略合作伙伴。大会上公司打造航天主题展厅，融合航天元素的展陈吸引超 1,500 家参展单位及观众沉浸式体验，传递品牌航天精神。此举强化了民族品牌在国防科技与民用产业间的桥梁作用，以“公益+科技”推动技术成果转化，践行企业理念。



先进技术成果转化公益事业战略合作伙伴签约仪式

案例 | 协办江苏青年公益集体婚礼，为消费者创造美好生活体验

2025 年 5 月，公司协办“牵手团缘，青春偕进”江苏青年公益集体婚礼，52 对新人在传统中式婚礼中喜结连理。公司融入品牌温度，以“梦之蓝水晶版”作为婚宴用酒，以“水晶之恋，一生不变”的美好寓意在传递美好祝福的同时，进一步强化了品牌与婚庆市场的联结，实现了社会责任与品牌发展的有机结合。



江苏青年公益集体婚礼

案例 | 以爱为翼，公益助学，“梦想计划”筑梦贵州

2025 年，公司在“贵州贵酒·梦想计划”捐赠仪式暨筑梦之旅活动中捐赠 520 万元，向 60 名家庭困难的优秀学子提供帮助。三年来，公司累计助力 201 名学生圆梦大学。此次活动深化了公司与学子的情感联结，彰显了企业的社会责任与家国担当，更激励广大学子心怀感恩、知行合一，以青春之力报效家乡，传递爱心与希望。



“贵州贵酒·梦想计划”捐赠仪式暨筑梦之旅

案例 | 颁发“圆梦教育发展基金”，赋能教育逐梦前行

2025 年 8 月，公司举行“圆梦教育发展基金”颁发仪式，向宿迁中学捐赠发展基金。多年来，公司始终践行“领先领头领一行，报国报民报一方”的发展理念，携手宿迁开展公益助学行动，助力超万名学生圆梦大学。此举充分彰显了企业的社会责任担当，传递了社会温度与正能量，也为社会培育了更多优秀人才。



教育基金颁发仪式

## 乡村振兴

公司将乡村振兴纳入 ESG 工作核心议题，依托“公司+基地”模式，大力发展特色农业，带动区域就业与农民增收。同时，公司通过基础设施改善、教育支持与人才培育，强化乡村内生发展能力，并建立多方协同的治理机制，推动巩固拓展脱贫攻坚成果，构建企乡互促共赢格局。

### 报告期内

公司共计为实现乡村振兴投入  
**5.63** 亿元

其中：原粮种植基地采购金额  
**7,622.53** 万元

对口帮扶投入金额  
**7.82** 万元

产业援藏项目投入  
**4.87** 亿元

累计惠及人数  
**3,312** 人

### 案例 | 从种源到产业，全链条模式赋能乡村产业就业双提升

公司以“政府引导、企业主导、农户参与”模式打造酿酒原粮基地，落地 10 万亩优质高粱规模化种植与“四统一”运营，建成 3,000 亩数字化示范基地，通过数字技术实现种植升级与品质溯源。原粮种植基地产业链持续延伸，以多元利益联结机制拓宽农户增收渠道，年带动超 5,000 人次就业、增收 600 万元，同时推动农业技术普及、村集体发展，以产业动能赋能乡村振兴，实现企村共赢。



原粮基地

### 案例 | 村企联建树新风，携手张渡村开展乡村振兴工作

2025 年，公司携手乡村振兴重点帮扶村张渡村持续开展“村企联建·别样新风——周末理发室”活动，全年为村民提供免费理发服务 3,000 人次；携手张渡村开展“弘扬亚夫精神，助力乡村振兴”高粱丰收节活动，提供价值 9,000 元的奖品，对单穗重量和种植规模大的种植户给予奖励，提高群众种植兴趣与热情，用一事暖一方，共育文明乡风。



高粱丰收节活动

### 案例 | 挂村帮促暖民心，开展泗阳来安双桥村挂靠帮促工作

为进一步贯彻落实《乡村振兴责任制实施办法》和《江苏省乡村振兴促进条例》等文件精神，2025 年，公司积极开展泗阳来安双桥村挂靠帮促工作，于中秋和春节期间走村入户慰问帮扶 104 户低收入农户，为困难群众送去慰问物资和关怀，并开展了“迎新春·写春联·送祝福”活动，营造浓厚节日氛围。



泗阳来安双桥村挂靠帮促工作

### 案例 | 持续推进拉萨朗热酒村项目，助力地方经济发展

2025 年，公司按“国内最先进、世界第一流”标准持续推进产业援藏项目“拉萨朗热酒村”的建设青稞智能酿造智慧工厂工作，打造“原粮种植和田间管控可追溯，集酿造过程+酒储管理+基酒组合+包装流程自动化、信息化、数字化、智能化全链条全链路贯通的智慧工厂”的典范。公司致力于通过青稞酒产业带动当地种植、投资、文化、旅游等产业集群发展，打造集研发、生产、服务、展览展示等功能为一体的青稞酒产业生态圈，推动乡村振兴与共同富裕。



青稞智能酿造智慧工厂

# 正心 正念

## 守价值主义

理念

洋河股份将党的建设全面融入公司治理体系，严格执行国家法律法规，持续完善现代化企业治理结构。公司不断深化规范运作机制与风险管控体系，同时高度重视商业道德建设，以诚信经营为核心准则，确保企业实现长期稳定、健康可持续发展。

SDGs 对标



|       |
|-------|
| 我们的行动 |
| 党建引领  |
| 公司治理  |
| 投资者关系 |
| 商业道德  |
| 风险内控  |

# 党建引领

洋河股份坚定不移地以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习贯彻党的二十大精神和二十届四中全会精神，紧密围绕国家制造业高质量发展战略、酒都宿迁建设部署以及链主企业责任定位，持续推动党建工作与生产经营深度融合。

## 党建品牌建设

通过系统梳理红色资源，公司培育形成了具有自身特色的党建主品牌、工作法和思想政治工作创新，不断夯实党建基础。公司党委切实发挥“把方向、管大局、保落实”的领导作用，将党的全面领导深度融入公司治理，有力推动市场环境净化、产品结构升级与组织体系优化，在全面深化改革中实现了企业的高质量、可持续发展。

### 铸魂育人 夯实思想根基

- 追根溯源建立红色档案，编撰《峥嵘岁月洋河酒》故事集，规划“中国共产党在洋河”实境教学网络，完成旅游线路配套教学点党建文化提升设计方案；
- 挖掘讲述企业发展、支部建设、大国工匠等精品微故事 18 个，围绕党支部书记、党务工作者、发展对象、青年党员等不同群体，分层分类开展培训 10 余期，覆盖 500 余人次；
- 开展党委理论学习中心组专题学习研讨 14 次，创新打造“清风洋河”等特色主题党日，推动支部学习 900 余次，实现全员覆盖、入脑入心。

党建工作开展情况

### 品牌创新 激发基层组织内生动力

- 精心培育党建品牌，配套形成工作法，突出“以人为本”理念，推动党建目标与企业文化、个人愿景深度契合；
- 建立“季度评优、年度创牌”的双评双创机制，累计形成特色做法 30 项，构建“评选-培育-固化”闭环。

### 融合赋能 将党建优势转化为发展实效

- 动态优化支部设置，确保应建尽建、班子健全，配适行政需要；
- 坚持党建带群建、带统战、带人武，顺利成立公司党外知识分子联谊会，有效团结各方力量；
- 获评“全国三八红旗手”、“江苏省模范退役军人”等国家、省市级荣誉，形成了推动发展的强大合力。

### 宣传文化 提升企业品牌软实力

- 构建多维宣传矩阵，全年各平台总输出量 1,784 篇 / 个 / 条，浏览量超千万；
- 开展精准文化关爱，组织职工润心活动 16 次，参与人数及曝光量超过 1,000 万人次；
- 举办“洋河推荐官”视频挑战赛，发现储备优秀视频博主 26 人，作品传播量超 314 万人次，以员工视角生动传递品牌价值。

## 案例 | 根植红色基因，推动党建与经营深度融合

2025 年，公司积极创建特色党建品牌、工作法及基层实践项目，系统梳理企业红色根脉，激活发展内生动力。通过促成 389 项村企、政校与营销共建项目，推动红色资源切实转化为业务发展动能。同时，深度推进营销体系变革，构建起资源整合与专业深耕相协同的“战区”作战模式，有效增强市场攻坚与运营效能，实现党建优势向企业发展优势的持续转化。

## 党员队伍培育

公司高度重视党员队伍建设，以精准培育与系统管理为抓手，着力打造高素质党建力量，推动基层党建工作整体提升。在专业队伍培养方面，围绕“党委书记项目”，结合季度工作沙龙、党员发展管理、基础党务培训、党建故事挖掘与红色历史教育，构建党群系统专业能力体系；在兼职队伍培养方面，持续开展“党务工作者在行动”沙龙，深化“五有”工作模式，夯实基层业务根基，实现党建工作系统性推进与实效性增强。

## 报告期内

公司完成

**174** 个基层党组织  
换届，动态优化支部设置，确保应建尽建、班子健全，配适行政需要

全年发展党员

**62** 名

技术一线占比

**75** %



### 案例 | 搭建多元平台，凝聚发展合力

公司充分发挥企业党校教育培训主阵地作用，通过分层分类的课程体系，持续开展党务干部和党员骨干专题培训，有效提升队伍政治素养与履职能力。同时，公司成立党外知识分子联谊会，为党外高层次人才搭建常态化沟通交流、建言献策的平台，广泛凝聚共识、汇集智慧，激发广大员工特别是技术与骨干的内生动力与创新活力，形成推动企业发展的强大合力。



党建工作沙龙

### 案例 | 观抗战胜利纪念，强爱国奋斗之志

2025 年 9 月 3 日，公司党委组织全体干部职工集中收听收看纪念抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年大会实况直播。公司主要领导率领导班子及中层骨干在主会场参与，各分支机构设分会场同步观看学习。全体人员认真聆听重要讲话，通过重温历史、感受国家发展成就，进一步激发了民族自豪感和时代使命感。



职工观看直播

## 公司治理

公司坚持依法合规治理，严格遵循《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规及监管要求，持续完善治理结构，健全制度体系，规范运作机制。

2025 年，公司全面梳理公司治理相关制度，对照最新法规与实务需要，完成《信息披露管理制度》《关联交易管理制度》等 19 项制度修订，新制定《董事会 ESG 委员会议事规则》等 3 项制度，精准识别修订需求，多轮研讨论证，确保治理体系持续、完善、有效、合规运行。

### 股东会

公司严格遵循《公司章程》及相关法律法规的要求召集并举行股东会，确保全体股东在重大事项中的知情权、参与权和表决权得到切实保障，维护股东地位的平等性，并依法保障股东各项权利的充分行使。

2025 年

共召开

4 次股东会

### 董事会

公司严格按照《中华人民共和国公司法》《公司章程》及《董事会议事规则》等相关规定，规范、有序地推进董事会运作。目前，董事会下设战略委员会、ESG 委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，各专门委员会均依法依规履行职能，协同运作，共同推动公司治理体系完善与发展。

#### 审计委员会

负责审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制。

#### ESG 委员会

负责识别公司可持续发展的相关风险和机遇，统筹公司环境、社会和治理工作的战略发展、管理和实施，并对公司可持续发展重大事项进行研究审议。

#### 提名委员会

负责拟定董事、高级管理人员的选择标准和程序，对董事、高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核。

#### 薪酬与考核委员会

负责制定董事、高级管理人员的考核标准并进行考核。

#### 战略委员会

负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。

董事会下设专门委员会职责

## 董事会有效性

公司持续提升董事会运行有效性，保障决策的科学制定与高效执行。公司在《公司章程》中对董事会及各专门委员会的职权、会议召开、表决方式等事项进行了明确的规定，董事会会议应有过半数的董事出席方可举行，董事会作出决议必须经全体董事的过半数通过，确保董事会运作的有效性。

## 董事会独立性与多元化

公司高度重视董事会构成的独立性、多元化与专业性，公司制定《独立董事工作制度》《独立董事专门会议工作制度》《独立董事年报工作制度》等制度，持续优化董事会构成。

公司董事会成员构成兼具业务拓展与管理优化的复合能力，拥有企业战略、市场营销、运营管理综合能力，从市场开拓与内部治理双重视角为公司发展提供专业支持。独立董事团队结构多元、专业互补，涵盖财会管理专家、专业律师以及酿酒行业专家。部分独立董事在符合监管规定的前提下，兼任其他上市公司独立董事职务，具备成熟的履职经验与多维度的治理视野，为董事会科学决策与规范运作提供了坚实保障。

### 报告期内

公司现任董事会由

**9** 名董事组成

其中独立董事

**4** 名

## 董事及高管薪酬

公司制定《管理团队薪酬与考核管理办法》，由董事会薪酬与考核委员会负责制定董事及高级管理人员的考核标准并进行考核，制定并审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。公司管理团队任期经营业绩考核与个人岗位系数、任期考核评价结果相挂钩。任期绩效考核指标由公司董事会根据任期的战略发展重心确定。公司持续健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，确保公司董事及高级管理人员薪酬的公正性及合理性。

### 报告期内

公司共召开

**10** 次董事会

共召开

**1** 次提名委员会

战略委员会

**1** 次

薪酬与考核委员会

**2** 次

审计委员会

**4** 次

## 薪酬扣回与追回条款

公司在《管理团队薪酬与考核管理办法》中明确规定了对董事、高级管理人员薪酬的追索扣回机制，以保护公司及股东的合法权益。如公司董事会通过内控审计、财务审计、离任审计等，发现公司管理团队人员因主观原因或履责不到位给公司造成重大损失的，对管理团队人员任期内的考核结果进行追溯调整，并扣回相关绩效年薪及激励收入。条款对于已经离职或退休的管理团队人员同样适用。

## 董事及高管薪酬组成

公司董事、高级管理人员的薪酬由基本年薪、绩效年薪、任期激励等收入构成。基本年薪与绩效年薪基数之比为 6:4。

### 基本年薪

- 年度固定基本工资，是在正常出勤且履行基本工作要求的前提下，公司支付给管理团队成员的劳动报酬。

### 绩效年薪

- 与年度绩效考核结果相挂钩的浮动收入，按年度考核结果执行。
- 年度绩效考核维度包括年度经营业绩、目标指标、管理效能、安全生产等。

### 任期激励

- 与公司管理团队任期经营业绩考核挂钩的浮动收入，根据任期考核评价结果，在不超过公司管理团队任期基本年薪、绩效年薪之和的 30% 以内确定。
- 公司管理团队任期经营业绩考核与个人岗位系数、任期考核评价结果相挂钩。任期绩效考核指标由公司董事会根据任期的战略发展重心确定。

公司董事、高级管理人员薪酬组成



## 投资者关系

公司高度重视投资者关系管理工作，通过规范信息披露机制和开展多元化投资者交流活动，持续向市场传递公司经营与发展信息。报告期内，公司修订了《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》等，进一步提升投资者关系管理工作的系统性、规范性与持续性，持续构建双向互动、沟通畅通的投资者关系。

### 信息披露

公司严格遵守监管要求，认真执行公司《信息披露管理制度》等规定，依法履行信息披露义务，确保信息披露真实、准确、完整、及时、公平，切实保障全体股东的平等知情权。报告期内，公司信息披露工作连续 13 年获得深交所信息披露考核最高评级 A 级，充分体现了公司在信息披露管理工作方面的规范性和有效性。

2025 年

公司共计披露各类定期报告和临时公告

93 份

信息披露准确率

100 %



第八届中国卓越 IR (2024-2025) 最佳信披奖

### 投资者沟通

公司始终重视与投资者的有效沟通，致力于通过多种渠道、多种形式倾听市场反馈，积极传递公司战略方向、经营理念、核心竞争力与成长潜力，通过持续优化投资者关系管理体系，构建开放、透明、互信的沟通机制，不断深化资本市场对公司的理解与认同。

|           |         |           |          |      |
|-----------|---------|-----------|----------|------|
| 定期报告与临时公告 | 网上业绩说明会 | 股东会投资者交流会 | 深交所互动易平台 | 公司官网 |
| 证券事务邮箱    | 投资者热线电话 | 券商策略会     | 实地调研     | 线上会议 |

公司投资者沟通渠道

2025 年，公司持续丰富投资者互动方式，通过官方网站等多渠道同步披露信息，提升信息获取便利性。同时，借助年度股东会等重要活动契机，组织投资者走进生产基地，实地体验传统酿造工艺，加强投资者对白酒产业特性的直观理解，同时有效传递公司的品牌价值与长期发展理念，进一步深化资本市场对企业长期价值的认同。



投资者关系管理金马奖

## 商业道德

洋河股份严格遵循国家法律法规，构建了覆盖反腐败、反不正当竞争等领域的商业道德规范体系，并通过定期组织专题培训，确保制度有效落地与持续贯彻。

### 反商业贿赂及反贪污

公司始终将廉洁从业置于重要位置，通过制定并实施《招标监督管理办法》《员工廉洁从业行为规范细则》及《奖惩制度》等专项规章，系统性推动廉政建设。公司由董事会作为商业道德事宜的最高监督机构，下设纪委办公室负责日常工作的执行。

为防范商业道德风险，公司定期梳理涵盖市场销售、招标采购、物流管理、人力资源、工程建设、财务管理、质量监督、研发创新、战略规划、数字化运营及投资管理等关键领域的岗位廉洁风险点，并逐一进行评估与排查。针对已识别的风险，明确制定了相应的预防与控制措施，着力强化对商业贿赂与贪污舞弊的防范力度，切实提升员工的合规意识与主动约束能力。

市场销售岗位

- 加强费用报销审核，加强监管，发现瞒报漏报、优亲厚友、以权谋私等违规违纪行为一律严格查处。
- 定期开展廉洁风险教育。

招标管理岗位

- 严格执行招标管理办法，坚持回避制度，定期轮岗。
- 严格自律，不徇私情，不干涉公务活动，对涉及亲友的要坚持回避制度。

采供物流岗位

- 严格按照比价、招标管理办法操作，定期检查并严肃处理问题。
- 定期轮岗，开展廉洁风险教育，从源头上加强廉政建设。

人力资源岗位

- 规范人事管理行为，严格执行干部选拔任用、考核、评先、定职、定级等方面的各类规定。

基建、技改、大修工程岗位

- 工程结算时要严格按照规定程序办理。
- 加强合同管理，依照合同办理。
- 定期开展岗位廉洁风险教育。

财务岗位

- 严格执行财务制度，加强内部财务监督与检查。
- 加强员工法律法规学习、思想教育。

廉洁风险防范措施

报告期内

公司开展反商业贿赂及反贪污培训 覆盖的董事人数占比  
**6**次 **100**%

覆盖的管理层人员占比 关键岗位员工覆盖率  
**100**% **100**%

同时,公司每年在重要节假日面向全体在职员工、兼职员工、实习员工发送廉洁公告,覆盖率 **100**%

公司处理腐败事件  
**6**例

处理涉事员工  
**6**名,均已严格依照法律法规及内部规章制度辞退并移交司法机关处理

案例 | 筑牢廉洁根基,护航新员工职业启航

为强化廉洁意识从入职伊始扎根,公司于 2025 年 4 月组织开展了新入职员工廉洁从业专题培训。本次培训重点宣导公司廉洁规范与纪律要求,结合案例剖析与制度解读,深入阐释从业底线与道德准则。活动旨在引导新员工系好职业生涯“第一粒扣子”,增强拒腐防变自觉性,为其未来履职筑牢思想防线,也为培育崇廉尚实的企业文化注入新生力量。



廉洁从业培训

举报机制与举报人保护

为持续完善内部廉洁监督机制,公司制定《纪检监察机关处理检举控告工作规则》,明确规定了举报渠道及举报人保护机制,严格保障举报人信息安全与人身安全,以切实发挥监督效能,助力营造清正廉洁、奋发向上的工作氛围。

| 举报途径  | 处理方式  | 举报人保护措施  |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 举报邮箱: yhgjw@yeah.net;</li> <li>• 来信邮寄地址: 江苏省宿迁市洋河新区洋河股份研发大楼(纪委办公室收), 邮编 223800。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公民、法人或者其他组织可以采用信息网络、书信、电话、传真、走访等形式,向各级机关、单位反映情况,提出建议、意见或者投诉请求,并载明其姓名(名称)、住址和请求、事实、理由,公司纪委及时将信访事项录入信访信息系统,予以登记、分办。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司严格按照相关法规保护举报人。检举控告人及其近亲属的人身、财产安全因检举控告而受到威胁或者侵害,并提出保护申请的,依法、及时提供保护。必要时,可以申请有关机关予以协助。被检举控告人有威胁人身安全和损害财产、名誉等打击报复行为的,依规依纪依法严肃处理。</li> </ul> |

举报途径及保护措施

公司信访举报处理流程



反垄断与不正当竞争

公司持续推进反垄断与不正当竞争合规管理,严格遵循《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》及相关法律法规,切实尊重和保护知识产权与商业秘密,坚决抵制虚假宣传等违法违规行为,致力于共建公平、健康的市场经营环境。

公司通过制定《经销商服务办法》,系统规范经销商管理及产品定价机制,保障经销商间的公平有序竞争,并建立季度评档定级与通报机制。同时,公司已形成《产品经销合同》标准文本及 24 份广告类合同模板,在条款中明确要求经销商与广告合作方在经营及宣传活动中须遵守反不正当竞争规定。所有产品版面内容均需通过专项评审,严格防范虚假宣传;广告投放及促销活动亦须经公司法务部门审核通过后方可实施。

案例 | 规范市场促销,筑牢反不正当竞争防线

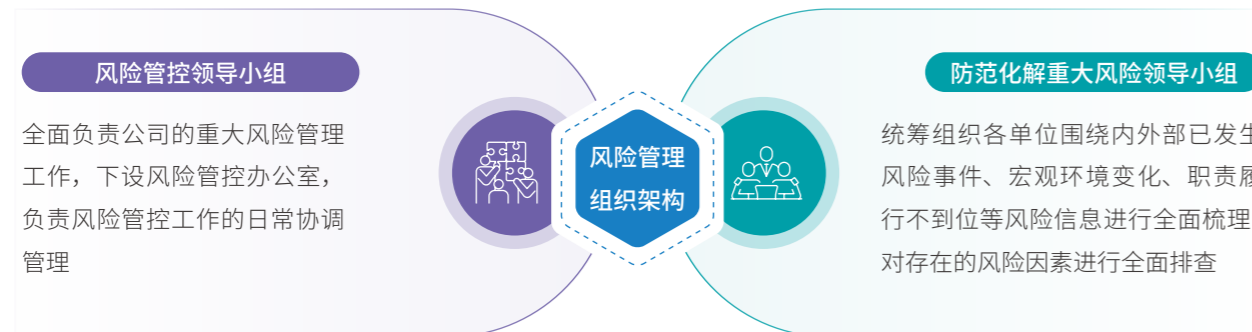
2025 年 8 月,公司营销管理中心组织召开中秋政策宣贯会,针对中秋促销方案进行了专题培训。会议重点强调,各市场须严格执行统一政策,严禁出现低价窜货、扰乱市场秩序等不正当竞争行为,以维护健康有序的经营环境,促进市场可持续发展。参会人员包括公司品牌各大区、事业部、分办负责人及营销管理中心相关同事。此次会议进一步明确了合规经营要求,强化了各级营销人员的反不正当竞争意识。

## 风险内控

洋河股份坚持以风险防控与合规经营为发展基石，通过建立覆盖多层次、多领域的全面风险管理体系，系统夯实企业高质量发展的安全根基。公司持续优化内控与合规治理架构，将法治意识与底线思维贯穿于经营管理全过程，致力于构建长效稳健的发展机制，为企业可持续前行提供有力支撑。

## 风险管理

公司以“控制风险，追求长远”为目标，构建了贯穿全部业务领域的全面风险管理框架，形成了包括“持续监控、信息归集、识别评估、预警提示、应对处置、监督改进”在内的闭环式风险管理流程。公司依托《HACCP 手册》《风险管理责任追究制度》等规章体系，促进内部控制与风险管理的有机结合，强化业务部门、风险管理部门和审计部门所构成的“三道防线”协同运作，推动风险管理走向制度化、流程化与信息化。



### 案例 | 培育全员风控意识，护航企业稳健发展

公司将风险管理文化建设深度融入发展战略，将风险意识与风险管理培训纳入常态化培训计划。通过对全员开展岗前与在岗相结合的持续性培训，以真实案例与制度流程相结合的方式系统进行教育，引导员工自觉遵循行为规范与职业操守，牢固树立按章办事的行为习惯。此举有效提升了全员风险识别与防范能力，切实强化了公司整体的风险防控体系，为全面风险管理目标的实现奠定了坚实的人员与文化基础。



洋河基地开展普法小课堂

## 内控管理

公司内部控制管理目标明确，涵盖经营合规、资产安全、运营高效、财务可靠、食品安全可控及风险全面管理等多个维度。围绕内控目标，公司建立了覆盖主要业务环节的内控制度体系，聚焦人力资源、财务审计、采购供应链、销售客户管理、生产质量、安全环保六大领域实施系统化管理。管理层统筹推进内部控制建设，各部门具体执行，保障各项措施有效落地。内审部门履行监督职责，定期对关键岗位履职、制度执行、重要物资及重大合同、关联交易与对外投资等进行审计评估，并持续开展内控自我评价，推动体系持续优化完善。

### 优化企业内部控制环境

- 规范组织架构，明确董事会、监事会和经理层的职责权限、任职条件、议事规则和工作程序；
- 完善人力资源政策，健全员工培养机制，建立有效的激励机制。

### 完善信息与沟通机制

- 依托“数智云审平台”，建立高效的信息收集与反馈机制，实现内部控制信息全流程现代化管理，提升内部审计效率；
- 以数智化技术打破传统“经验主义”审计局限，通过多维数据分析锁定高风险区域，依托可视化动态风险分布图量化风险等级、锁定审计对象，实现风险变化实时掌控、监督靶向精准聚焦，审计工作质效显著提升。

### 建立风险评估防火墙

- 制定《风险和机遇管理办法》《风险管理责任追究制度》等制度，从食品安全、行为安全等方面排查风险所在，为风险的发生及产生做好准备。报告期内修编印发《建设项目全过程跟踪审计管理手册》《内控建设与运行情况审计标准化作业指导书》等制度。

### 实施有效内控活动

- 根据风险评估等级，开展职责分工控制、授权控制、审核批准控制、预算控制、绩效考核控制等活动，有效维护企业利益，保证各项工作维稳有序推进。

### 强化企业内部监督管理

- 聚焦内部控制的有效性、子公司经营效益性、重大投资高效性、费用投入真实性等，构建“基建审计降成本、经责审计促履责、内控审计防风险、财务审计保安全”的多元审计格局，实现审计监督全域覆盖、成效凸显；
- 修订《董事会审计委员会议事规则》《洋河股份内部审计制度》等 3 项制度，新增 1 项制度，更新迭代 2 项内部制度，不断提升内部审计的监督质效。

### 内控管理体系



内部审计



- 坚持审计全面覆盖：围绕公司重点工作，对所有分（子）公司、职能部门实行全覆盖审计，做到关键性部门每年全覆盖 1 次；
- 突出审计工作重点：审计要聚焦重要领域、关键部门、敏感岗位，进一步加强对企业重点资金、重要项目、重要资产及重要岗位负责人员经济责任的重点监督；
- 强化经济责任审计：开展分（子）公司、中心部门所有中层及以上领导干部离任、离职（包括退休）经济责任审计，形成常态化经济责任审计工作机制。

外部审计



- 借助第三方的专业视角和独立性，对公司内部控制体系进行全面评估，发现潜在问题并提出改进建议；
- 每年邀请第三方专业机构开展一次体系外审活动；
- 每年聘请会计师事务所对公司财务报表及关联方资金占用情况进行审计。

内、外部审计机制

报告期内

公司对财务、质量、食品安全、秩序管控、资源类奖励、行政后勤保障等重点领域建立相关制度，共计 **276** 份

开展内部审计 **67** 次

审计建议跟踪落实率 **100** %

合规管理

为确保公司各项经营活动严格遵循国家及地方法律法规要求，公司建立了由法务部统筹的法律法规管理体系。该体系明确了各部门在法规收集、识别、分析与应对方面的具体职责，定期对现行法规进行识别与评估，并持续跟踪与公司业务相关的新规及政策变动，督促各业务部门及时理解并落实新要求。与此同时，法务部与外部法律顾问保持紧密协作，定期开展与监管机构的沟通，确保对法律法规变化的把握准确、响应及时。

案例 | 健全合同会商机制，筑牢风险防控屏障

为提升合规管理水平，公司建立了重大合同会商机制，明确要求项目组在合同签署前须对潜在风险进行全面识别与评估。该机制通过组织相关部门集中审议，系统梳理并有效拦截合同中的各类重大风险隐患。针对识别出的高风险合同，经专项尽职调查审慎评估后，对风险不可控的合同作出不予签署的决定，切实防范经营与法律风险。这一机制的实施，增强了公司在合同签署环节的风险防控能力，为业务的稳健开展提供了制度保障。

税务管理

公司严格遵循税务法规要求，依托内部税金管理系统的风控模块，构建了企业核心税务风险指标库并制定个性化风险管控方案。系统整合来自企业财税端及税务端的发票、财务、申报、风控及影像等多维数据，通过自动化风险分析服务，实现对税务风险的持续监测与识别。针对识别出的风险事项，公司及时进行评估、应对并形成专业意见。系统定期生成完整版及简化版的年度与月度风控报告，支持税务管理的规范化与风险防控的常态化。

报告期内

公司纳税贡献 **753,395.57** 万元

未发生重大税务争议事件。

## 关键绩效表

### 经济绩效

| 指标     | 单位 | 2024 年 | 2025 年 |
|--------|----|--------|--------|
| 营业收入   | 亿元 | 288.76 | 192.11 |
| 归母净利润  | 亿元 | 66.73  | 22.06  |
| 现金分红总额 | 亿元 | 70.00  | 22.14  |
| 现金分红率  | %  | 104.90 | 100.38 |

### 环境绩效<sup>注1</sup>

| 指标                   | 单位          | 2024 年       | 2025 年       |
|----------------------|-------------|--------------|--------------|
| 环境管理总投入              | 万元          | 5,203.07     | 5,116.80     |
| 综合能源消耗量              | 吨标准煤        | 176,890.24   | 150,869.12   |
| 能源使用强度 <sup>注2</sup> | 吨标准煤 / 万元产值 | 0.05         | 0.04         |
| 直接能源消耗量              | 吨标准煤        | 6,635.87     | 6,540.08     |
| 其中：汽油                | 升           | 63,311.23    | 37,654.39    |
| 其中：柴油                | 升           | 34,974.90    | 30,497.40    |
| 其中：天然气               | 立方米         | 5,931,803.00 | 5,885,980.00 |
| 间接能源消耗量              | 吨标准煤        | 170,254.37   | 144,329.04   |
| 其中：电力                | 兆瓦时         | 100,103.39   | 84,665.92    |
| 其中：蒸汽                | 吨标准煤        | 157,951.66   | 133,923.60   |
| 外购电力总量               | 兆瓦时         | 67,213.84    | 53,777.14    |
| 自发自用可再生电力用量          | 兆瓦时         | 32,889.56    | 30,888.77    |
| 清洁能源使用量              | 吨标准煤        | 10,567.11    | 10,270.81    |
| 清洁能源使用占比             | %           | 5.97         | 6.81         |
| 其中：天然气比例             | %           | 61.75        | 63.04        |
| 其中：太阳能               | 兆瓦时         | 32,889.56    | 30,888.77    |

| 指标                        | 单位             | 2024 年     | 2025 年      |
|---------------------------|----------------|------------|-------------|
| 其中：太阳能比例                  | %              | 38.25      | 36.96       |
| 温室气体（范围一 + 范围二）排放量        | 吨二氧化碳当量        | 523,349.39 | 473,786.25  |
| 其中：直接温室气体排放量（范围一）         | 吨二氧化碳当量        | 18,204.79  | 17,828.26   |
| 其中：输入能源的间接温室气体排放量（范围二）    | 吨二氧化碳当量        | 505,144.6  | 455,957.99  |
| 温室气体（范围一 + 范围二）排放强度       | 吨二氧化碳当量 / 万元产值 | 0.1379     | 0.1276      |
| 废水排放总量                    | 万立方米           | 358.09     | 338.37      |
| 化学需氧量（COD）                | 吨              | 259.29     | 241.77      |
| 氨氮含量（NH <sub>3</sub> -N）  | 吨              | 8.99       | 7.99        |
| 总氮含量（TN）                  | 吨              | 57.92      | 51.34       |
| 总磷含量（TP）                  | 吨              | 5.16       | 5.86        |
| 废水排放强度 <sup>注2</sup>      | 立方米 / 万元产值     | 0.94       | 0.91        |
| 废水排放达标率                   | %              | 100        | 100         |
| 废气排放总量 <sup>注2</sup>      | 万立方米           | 30,073.04  | 83,410.91   |
| 氮氧化物（NO <sub>x</sub> ）排放量 | 千克             | 4,300.38   | 5,043.89    |
| 颗粒物（PM）排放量 <sup>注3</sup>  | 千克             | 310.77     | 1,953.81    |
| 氨气（NH <sub>3</sub> ）排放量   | 千克             | 114.11     | 393.52      |
| 废气排放强度 <sup>注2</sup>      | 立方米 / 万元产值     | 79.26      | 224.69      |
| 有害废弃物数量                   | 吨              | 25.52      | 35.61       |
| 无害废弃物数量 <sup>注4</sup>     | 吨              | 529,796.28 | 467,065.11  |
| 固态酒糟回收率                   | %              | 100        | 100         |
| 黄浆水回收利用率                  | %              | 100        | 100         |
| 总耗水量                      | 吨              | 6,636,157  | 5,687,598.6 |
| 水资源使用强度 <sup>注2</sup>     | 吨 / 万元产值       | 1.75       | 1.53        |
| 净淡水耗用总量                   | 立方米            | 6,636,157  | 5,687,598.6 |

| 指标                        | 单位  | 2024 年    | 2025 年    |
|---------------------------|-----|-----------|-----------|
| 按取水来源划分的取水量：市政供水          | 立方米 | 4,714,553 | 3,794,653 |
| 按取水来源划分的取水量：淡水地表水（湖泊、河流等） | 立方米 | 423,383   | 483,557.6 |
| 按取水来源划分的取水量：淡水地下水         | 立方米 | 1,498,221 | 1,409,388 |
| 水重复利用率 <sup>注5</sup>      | %   | 68.44     | 82.89     |
| 生产和包装所用物料的总质量             | 吨   | 61,081    | 39,741    |
| 固废回收再利用总质量 <sup>注6</sup>  | 万吨  | 52.97     | 46.71     |
| 玻璃消耗                      | 吨   | 33,100    | 21,515    |
| 陶瓷消耗                      | 吨   | 100       | 103       |
| 纸箱消耗                      | 吨   | 27,500    | 17,875    |
| 塑料消耗                      | 吨   | 381       | 248       |

注 1：温室气体排放统计口径为：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、贵酒修文基地、贵酒茅台基地、梨花村酒业、南京运营中心。其他环境指标统计范围覆盖公司主要生产基地：洋河分公司、泗阳分公司、双沟酒业、梨花村酒业、贵酒修文基地、贵酒茅台基地。  
 注 2：为响应政策要求，2025 年度，能源使用强度、废水 / 废气排放强度、水资源使用强度单位更换为万元产值。  
 注 3：排放量较上年出现较大波动，主要受环保设施改造、排污许可证变更新增排放口以及监测与核算方式优化等因素影响。  
 注 4：因统计口径变化，对 2024 年无害废弃物数量进行追溯调整  
 注 5：变化主要原因系双沟基地增加酿酒系统循环水数据统计、贵酒修文基地减少部分循环水用量。  
 注 6：固废回收再利用范围包括酒糟、污泥、废纸、废玻璃、废塑料、毛杂、废金属等。

## 社会绩效

| 指标             | 单位 | 2024 年    | 2025 年    |
|----------------|----|-----------|-----------|
| 研发投入           | 万元 | 10,827.67 | 15,314.15 |
| 研发人员           | 人  | 608       | 626       |
| 持有专利数量         | 件  | 379       | 401       |
| 持有外观专利         | 件  | 317       | 326       |
| 持有使用新型专利       | 件  | 16        | 24        |
| 持有发明专利         | 件  | 46        | 51        |
| 应用于主营业务的发明专利数量 | 件  | 46        | 51        |
| 持有著作权数量        | 件  | 560       | 574       |
| 持有国内有效注册商标     | 件  | 5,483     | 5,330     |
| 持有国际有效注册商标     | 件  | 470       | 754       |
| 批次检验覆盖率        | %  | 100       | 100       |

| 指标                            | 单位 | 2024 年     | 2025 年     |
|-------------------------------|----|------------|------------|
| 产品抽检合格率                       | %  | 100        | 100        |
| 员工总数                          | 人  | 21,532     | 22,392     |
| 女性员工                          | 人  | 5,591      | 5,723      |
| 男性员工                          | 人  | 15,941     | 16,669     |
| 30 岁以下员工                      | 人  | 1,166      | 956        |
| 30-50 岁员工                     | 人  | 17,122     | 17,548     |
| 50 岁以上员工人数                    | 人  | 3,244      | 3,888      |
| 本科以下员工人数                      | 人  | 15,990     | 16,631     |
| 本科员工人数                        | 人  | 5,048      | 5,251      |
| 研究生及以上员工人数                    | 人  | 494        | 510        |
| 劳动合同签订率                       | %  | 100        | 100        |
| 员工流失率                         | %  | 1.49       | 0.62       |
| 安全生产总投入                       | 万元 | 6429.88    | 7,821.37   |
| 生产性轻伤事故率                      | %  | 0.47       | 0.45       |
| 员工培训次数 <sup>注1</sup>          | 次  | 3,081      | 3,124      |
| 员工培训支出金额                      | 万元 | 648.66     | 569.77     |
| 培训总时长                         | 小时 | 488,307.44 | 308,919.61 |
| 人均参与培训时长                      | 小时 | 22.68      | 13.80      |
| 培训覆盖率                         | %  | 100        | 100        |
| 供应商考核覆盖率                      | %  | 100        | 100        |
| 供应商培训覆盖率                      | %  | 35         | 25.26      |
| 签署供应商行为准则比例                   | %  | 100        | 100        |
| 开展了社会、环境影响评估的供应商数量            | 家  | 53         | 51         |
| 经确定为具有实际和潜在重大负面社会、环境影响的供应商数量  | 家  | 0          | 0          |
| 公司内部通过可持续采购培训的采购人员比例          | %  | 100        | 100        |
| 对外捐赠投入金额                      | 万元 | 1,800.8    | 1,865.07   |
| 乡村振兴投入金额（含产业援藏、原粮种植基地采购、对口帮扶） | 亿元 | 3.09       | 5.63       |
| 乡村振兴惠及人数                      | 人  | 3,104      | 3,312      |

注 1：本年度员工培训总场次统计口径增加对外培训次数，故对 2024 年员工培训次数进行追溯调整。

# 指标索引表

## 交易所《指引》指标索引

| 披露议题         | 报告章节                                       |
|--------------|--|
| 应对气候变化       | 节能降碳与气候治理                                  |
| 污染物排放        | 污染防治与废物减排                                  |
| 废弃物处理        | 污染防治与废物减排                                  |
| 生态系统和生物多样性保护 | 绿色运营与生态保护                                  |
| 环境合规管理       | 环保合规与风险管理                                  |
| 能源利用         | 节能降碳与气候治理                                  |
| 水资源利用        | 资源利用与循环经济                                  |
| 循环经济         | 资源利用与循环经济                                  |
| 乡村振兴         | 爱心回馈社会                                     |
| 社会贡献         | 爱心回馈社会                                     |
| 创新驱动         | 创新驱动发展                                     |
| 科技伦理         | 不涉及，公司核心业务不涉及生命科学、人工智能伦理等敏感领域的科学研究、技术开发等活动 |
| 供应链安全        | 保障供应安全                                     |
| 平等对待中小企业     | 保障供应安全                                     |
| 产品和服务安全与质量   | 产品安全质量                                     |
| 数据安全与客户隐私保护  | 创新驱动发展                                     |
| 员工           | 携手员工成长                                     |
| 尽职调查         | 风险内控                                       |
| 利益相关方沟通      | ESG 管理                                     |
| 反商业贿赂及反贪污    | 商业道德                                       |
| 反不正当竞争       | 商业道德                                       |

## 《全球可持续发展报告标准》（GRI 标准）索引表

|           |  |
|-----------|--|
| 使用说明      | 洋河股份在 2025 年 1 月 1 日 -2025 年 12 月 31 日参照 GRI 标准编制报告。 |
| 使用的 GRI 1 | GRI 1: 基础 2021                                       |

| GRI 标准              | 披露项                     | 位置                     |
|---------------------|-------------------------|------------------------|
| GRI 2: 一般披露<br>2021 | 2-1 组织详细情况              | 走进洋河                   |
|                     | 2-2 纳入组织可持续发展报告的实体      | 报告编制说明                 |
|                     | 2-3 报告期、报告频率和联系人        | 报告编制说明                 |
|                     | 2-4 信息重述                | 报告编制说明                 |
|                     | 2-6 活动、价值链和其他业务关系       | 走进洋河；保障供应安全；<br>维护客户权益 |
|                     | 2-7 员工                  | 携手员工成长                 |
|                     | 2-8 员工之外的工作者            | 携手员工成长                 |
|                     | 2-9 管治架构和组成             | 公司治理                   |
|                     | 2-10 最高管治机构的提名和遴选       | 公司治理                   |
|                     | 2-11 最高管治机构的主席          | 公司治理                   |
|                     | 2-12 在管理影响方面最高管治机构的监督作用 | ESG 管理                 |
|                     | 2-13 为管理影响的责任授权         | ESG 管理                 |
|                     | 2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用 | ESG 管理                 |
|                     | 2-15 利益冲突               | 参见年报                   |
|                     | 2-16 重要关切问题的沟通          | ESG 管理                 |
|                     | 2-17 最高管治机构的共同知识        | ESG 管理                 |
|                     | 2-18 对最高管治机构的绩效评估       | 公司治理                   |
|                     | 2-19 薪酬政策               | 公司治理；携手员工成长            |
|                     | 2-20 确定薪酬的程序            | 公司治理                   |
|                     | 2-22 关于可持续发展战略的声明       | 高管致辞                   |
|                     | 2-23 政策承诺               | 携手员工成长                 |
|                     | 2-24 融合政策承诺             | 携手员工成长                 |
|                     | 2-25 补救负面影响的程序          | 产品安全质量；维护客户权益          |
|                     | 2-26 寻求建议和提出关切的机制       | 商业道德；携手员工成长            |

| GRI 标准                   | 披露项                           | 位置        |
|--------------------------|-------------------------------|-----------|
| GRI 2: 一般披露<br>2021      | 2-27 遵守法律法规                   | 商业道德      |
|                          | 2-28 协会的成员资格                  | 助力行业发展    |
|                          | 2-29 利益相关方参与的方法               | ESG 管理    |
|                          | 2-30 集体谈判协议                   | 携手员工成长    |
| GRI 3: 实质性议题<br>2021     | 3-1 确定实质性议题的过程                | ESG 管理    |
|                          | 3-2 实质性议题清单                   | ESG 管理    |
|                          | 3-3 实质性议题的管理                  | ESG 管理    |
| GRI 101: 生物多样性<br>性 2024 | 101-1 阻止和扭转生物多样性丧失的政策         | 绿色运营与生态保护 |
|                          | 101-2 生物多样性影响的管理              | 绿色运营与生态保护 |
|                          | 101-3 获取和惠益分享                 | 绿色运营与生态保护 |
|                          | 101-4 确定生物多样性影响               | 绿色运营与生态保护 |
|                          | 101-5 具有生物多样性影响的地点            | 绿色运营与生态保护 |
|                          | 101-6 生物多样性丧失的直接驱动因素          | 环保合规与风险管理 |
|                          | 101-7 生物多样性状况的变化              | 绿色运营与生态保护 |
|                          | 101-8 生态系统服务                  | 绿色运营与生态保护 |
| GRI 201: 经济绩效<br>2016    | 201-1 直接产生和分配的经济价值            | 关键绩效表     |
|                          | 201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇    | 节能减碳与气候治理 |
|                          | 201-3 固定福利计划义务和其他退休计划         | 携手员工成长    |
| GRI 203: 间接经济<br>影响 2016 | 203-1 基础设施投资和支持性服务            | 爱心回馈社会    |
|                          | 203-2 重大间接经济影响                | 爱心回馈社会    |
| GRI 204: 采购实践<br>2016    | 204-1 向当地供应商采购的支出比例           | 保障供应安全    |
| GRI 205: 反腐败<br>2016     | 205-1 已进行腐败风险评估的运营点           | 商业道德      |
|                          | 205-2 反腐败政策和程序的传达及培训          | 商业道德      |
|                          | 205-3 经确认的腐败事件和采取的行动          | 商业道德      |
| GRI 206: 反竞争行<br>为 2016  | 206-1 针对反竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼 | 商业道德      |
| GRI 207: 税务 2019         | 207-1 税务方针                    | 风险内控      |
|                          | 207-2 税务治理、控制及风险管理            | 风险内控      |
|                          | 207-3 与税务密切相关的利益相关方参与及管理      | 参见年报      |
| GRI 301: 物料 2016         | 301-1 所用物料的重量或体积              | 资源利用与循环经济 |

| GRI 标准                    | 披露项                                    | 位置        |
|---------------------------|--|-----------|
| GRI 301: 物料 2016          | 301-2 所用循环利用的进料                        | 资源利用与循环经济 |
|                           | 301-3 再生产品及其包装材料                       | 资源利用与循环经济 |
| GRI 302: 能源 2016          | 302-1 组织内部的能源消耗量                       | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 302-3 能源强度                             | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 302-4 降低能源消耗量                          | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 302-5 降低产品和服务的能源需求量                    | 节能减碳与气候治理 |
| GRI 303: 水资源和<br>污水 2018  | 303-1 组织与水作为共有资源的相互影响                  | 资源利用与循环经济 |
|                           | 303-2 管理与排水相关的影响                       | 污染防治与废物减排 |
|                           | 303-3 取水                               | 资源利用与循环经济 |
|                           | 303-4 排水                               | 污染防治与废物减排 |
|                           | 303-5 耗水                               | 资源利用与循环经济 |
| GRI 305: 排放 2016          | 305-1 直接（范围 1）温室气体排放                   | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 305-2 能源间接（范围 2）温室气体排放                 | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 305-3 其他间接（范围 3）温室气体排放                 | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 305-4 温室气体排放强度                         | 节能减碳与气候治理 |
|                           | 305-5 温室气体减排量                          | 节能减碳与气候治理 |
| GRI 306: 废弃物<br>2020      | 305-7 氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气<br>体排放 | 污染防治与废物减排 |
|                           | 306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响                 | 污染防治与废物减排 |
|                           | 306-2 废弃物相关重大影响的管理                     | 污染防治与废物减排 |
|                           | 306-3 产生的废弃物                           | 污染防治与废物减排 |
|                           | 306-4 从处置中转移的废弃物                       | 资源利用与循环经济 |
| GRI 308: 供应商环<br>境评估 2016 | 306-5 进入处置的废弃物                         | 污染防治与废物减排 |
|                           | 308-1 使用环境评价维度筛选的新供应商                  | 保障供应安全    |
|                           | 308-2 供应链的负面环境影响以及采取的行动                | 保障供应安全    |
| GRI 401: 雇佣 2016          | 401-1 新进员工雇佣率和员工流动率                    | 携手员工成长    |
|                           | 401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利           | 携手员工成长    |
| GRI 403: 职业健康<br>与安全 2018 | 403-1 职业健康安全管理体系                       | 携手员工成长    |
|                           | 403-2 危害识别、风险评估和事故调查                   | 携手员工成长    |
|                           | 403-3 职业健康服务                           | 携手员工成长    |
|                           | 403-4 职业健康安全事务：工作者的参与、意见征询和沟通          | 携手员工成长    |

| GRI 标准                 | 披露项                           | 位置                |
|------------------------|-------------------------------|-------------------|
| GRI 403: 职业健康与安全 2018  | 403-5 工作者职业健康安全培训             | 携手员工成长            |
|                        | 403-6 促进工作者健康                 | 携手员工成长            |
|                        | 403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响 | 携手员工成长            |
|                        | 403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者        | 携手员工成长            |
|                        | 403-9 工伤                      | 携手员工成长            |
|                        | 403-10 工伤相关的健康问题              | 携手员工成长            |
| GRI 404: 培训与教育 2016    | 404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数        | 携手员工成长            |
|                        | 404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案         | 携手员工成长            |
|                        | 404-3 接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比     | 携手员工成长            |
| GRI 405: 多元化与平等机会 2016 | 405-1 管治机构与员工的多元化             | 公司治理；携手员工成长       |
| GRI 406: 反歧视 2016      | 406-1 歧视事件及采取的纠正行动            | 携手员工成长            |
| GRI 408: 童工 2016       | 408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商      | 公司无涉及重点负面影响的运营点   |
| GRI 409: 强迫或强制劳动 2016  | 409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商 | 公司无涉及重点负面影响的运营点   |
| GRI 411: 原住民权利 2016    | 411-1 涉及侵犯原住民权利的事件            | 公司无涉及侵犯原住民权利的事件发生 |
| GRI 413: 当地社会 2016     | 413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点   | 爱心回馈社会            |
|                        | 413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点   | 公司无涉及重点负面影响的运营点   |
| GRI 414: 供应商社会评估 2016  | 414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商         | 保障供应安全            |
|                        | 414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动       | 保障供应安全            |
| GRI 416: 客户健康与安全 2016  | 416-1 评估产品和服务类别的健康与安全影响       | 产品安全质量            |
|                        | 416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件    | 产品安全质量            |
| GRI 417: 营销与标识 2016    | 417-1 对产品和服务信息与标识的要求          | 维护客户权益            |
|                        | 417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件       | 维护客户权益            |
|                        | 417-3 涉及营销传播的违规事件             | 公司无涉及营销传播的违规事件    |
| GRI 418: 客户隐私 2016     | 418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉  | 维护客户权益            |

## 读者反馈表

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您百忙之中阅读《江苏洋河酒厂股份有限公司环境、社会和公司治理报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

### 选择题（请在相应位置打✓）

1. 您对本报告的总体评价是：

非常好       好       一般       较差       差

报告对利益相关方所关心问题的回应和披露？

非常好       好       一般       较差       差

3. 您认为洋河股份在环境议题上的综合表现：

非常好       好       一般       较差       差

4. 您认为洋河股份在社会议题上的综合表现：

非常好       好       一般       较差       差

5. 您认为洋河股份在治理议题上的综合表现：

非常好       好       一般       较差       差

6. 报告披露的信息、指标、数据是否清晰、准确、完整？

非常好       好       一般       较差       差

7. 您认为本报告的内容安排和版式设计是否方便阅读？

是       否

### 开放性问题

您对洋河股份加强 ESG 管理及本报告有任何意见与建议？

### 您的联系方式：

姓名： \_\_\_\_\_ 电话： \_\_\_\_\_ 电子邮件： \_\_\_\_\_

工作单位： \_\_\_\_\_ 职务： \_\_\_\_\_ 联系地址： \_\_\_\_\_

