

## **青岛啤酒股份有限公司 第五届董事会第十三次会议决议公告**

青岛啤酒股份有限公司（以下简称“公司”）第五届董事会第十三次会议（“会议”）于 2007 年 10 月 23 日上午 9 时在青啤大厦 19 楼会议室召开，本次会议应到董事 11 人，实到董事 10 人，独立董事付洋因病请假未能出席本次会议，委托独立董事李燕代为行使表决权，公司监事、董事会秘书列席了会议；会议的召开符合《中华人民共和国公司法》和《公司章程》的有关规定。本次会议由董事长李桂荣先生召集并主持，会议审议通过了如下议案：

一、审议批准公司 2007 年第三季度报告（未经审计）。

二、审议通过公司在泰国参股设立年产啤酒 8 万千升（一期 4 万千升）生产基地项目的可行性议案。该项目一期工程计划投资 29,400 万元人民币，其中，成立项目公司的注册本金为 10,000 万元，公司按 40% 的持股比例需投入资本金 4,000 万元。其余资金由合资公司贷款解决。泰国建厂项目是实施青啤国际化战略的重要一步，对于提高青岛啤酒的国际影响力具有重要的意义。

三、审议通过公司所属青岛啤酒麦芽厂 15 万吨扩建项目的可行性议案。该项目规划新增麦芽产能 10 万吨，计划投资 26,718 万元，由公司投入全部建设资金。青啤麦芽厂的扩建对于公司啤酒主业防范原料风险、保证质量以及提高啤酒行业上游的掌控能力，具有重要的战略意义。

四、审议通过青岛啤酒（三水）有限公司（“青啤三水公司”）和深圳青岛啤酒朝日有限公司（“深青啤”）扩建项目的可行性议案。青啤三水公司扩建项目计划投资人民币 5,924 万元，新增产能 9.5 万千升；深青啤扩建项目计划投资人民币 6,973 万元，新增产能 7 万千升。该扩建项目是公司打造华南核心基地市场的战略需要。

五、审议通过公司深化组织变革的总体方案。

为适应公司竞争环境的变化，充分支撑公司战略，推进组织变革，打造全公司整体一致性、协同性的价值链平台，公司将现有组织架构调整为战略投资中心、制造中心和营销中心。本次组织变革的重心是实现由小价值链到大价值链的整体转型，打造“结构一体化、资源集约化、分工专业化、执行一致性”的组织体系。同时，使公司的薪酬激励机制更有利于驱动战略目标的实现，并实现公司价值的最大化。

六、为落实公司组织机构变革方案，经公司总裁提名，董事会公司治理与薪酬委员会审查，审议通过聘任公司高级管理人员的议案如下：

- 1、聘任严旭女士为营销总裁；
- 2、聘任樊伟先生为生产运营总裁，原总酿酒师职务相应予以解聘；
- 3、聘任董建军先生为公司总酿酒师；
- 4、聘任于嘉平先生为生产运营副总裁；
- 5、聘任陆文金先生为营销副总裁；
- 6、聘任杨华江先生为营销副总裁。

上述高级管理人员之任期自董事会聘任之日起至本届董事会到期日止。

公司独立董事也对以上聘任事项发表了同意的独立意见。

七、审议批准对公司合计 470,835.68 元人民币的资产损失进行核销。

青岛啤酒股份有限公司

董事会

2007 年 10 月 23 日

附：公司董事会新聘任高级管理人员之简历

（严旭女士、樊伟先生的简历见公司 2006 年年度报告）

董建军，男，现年 47 岁，天津科技大学发酵工程专业博士，拥有工程系列应用研究员职称，现任公司副总酿酒师兼技术质量管理总部部长。董先生具有较强的团队领导能力和人格魅力。打造了一支专业技术强、富有激情、积极进取、团结和谐的工作团队。在技术创新及质量管理方面贡献突出，董先生荣获“山东省优秀质量管理工作者”、“2003 年度青岛市贡献突出人才”、“青岛专业技术拔尖人才”“享受政府特殊津贴专家”、“山东省有突出贡献的中青年专家”等称号。

于嘉平，男，现年 44 岁，中欧国际工商学院工商管理研究生，现任公司总裁助理兼运营管理总部部长。于先生具备较强的专业管理能力和协调沟通能力，在生产运营管理方面积极探索模式与营销、技术质量管理等职能有效协同。并具有较强的亲和力和团队管理能力，在提高工厂运营效率、降低生产运营成本方面成绩突出。于先生曾荣获 2003 年山东省轻工行业拔尖人才称号。

陆文金，男，现年 42 岁，武汉大学会计硕士研究生，南开大学人力资源本科在读，拥有会计师职称。现任公司总裁助理兼青岛营销分公司总经理。陆先生学习力强，富有创新精神，勇于变革管理，创建了宏观造势、微观运营的销售管理模式和独具特色的销

售系统文化。并着力建设营销网络，打造执行力很强的销售队伍，使青岛营销分公司的销量和收入连年攀升，销售区域不断扩大，销量持续高速增长。陆先生于 2007 年获得了第十届青岛市优秀企业家称号。

杨华江，男，现年 44 岁，西安交通大学企业管理专业博士，现任公司总裁助理兼营销管理总部部长，拥有高级经济师职称。杨先生学习力强，不断学习掌握市场营销和战略管理方面的理论和实务，具备较强的宏观战略性策划能力，并通过体育营销、事件营销积极推广品牌主张，使青岛啤酒的品牌价值连年提升。同时，大力整合公司品牌和品种，使品牌的销量逐年提高。在品牌管理、市场推广、奥运营销等方面取得较好的工作业绩。