

宜宾五粮液股份有限公司

2018 年董事会工作报告

2018 年，面对复杂严峻的宏观经济形势，宜宾五粮液股份有限公司（以下简称“公司”）抢抓发展机遇，落实高质量发展要求，奋力推进“二次创业”，坚持“坚守初心、求真务实、创新求进、永争第一”的企业精神，按照高质量发展要求，主动应对市场竞争新形势，坚定不移推动营销转型升级，保持了良好的发展态势，公司经营质量不断提升，超额完成 2018 年经营目标任务：实现销售收入 400.30 亿元，同比增长 32.61%；实现利润总额 186.07 亿元，同比增长 38.94%；实现归属于上市公司股东的净利润 133.84 亿元，同比增长 38.36%。

一、董事会履职情况

（一）依法召集召开股东大会和董事会会议

公司严格按照法律法规及公司章程规定，召集召开股东大会、董事会会议。2018 年，公司召开股东大会 2 次，审议议案 13 项；召开董事会会议 18 次，审议议案 41 项。

（二）积极分红回报股东和投资者

公司于 2018 年 7 月 6 日完成 2017 年度利润分配方案的实施工作，分派现金 50.46 亿元，现金分红额占当年归属于上市公司股东净利润的 52.16%，逐年提升对股东和投资者的分红额度。

自 1998 年上市至今，公司累计实施 7 次送红股、16 次现金分红，累计现金分红 244.44 亿元（近五年现金分红 164 亿元），是上市以来募集资金总额的 6.41 倍。

（三）圆满完成非公开发行股票暨员工持股计划

公司非公开发行股票暨员工持股计划从 2015 年 7 月启动，于 2018 年 4 月 20 日实施完成并上市。本次非公开发行股份数量为 8,564 万股，将员工、经销商和公司的长远发展深度绑定，充分调动员工和经销商的积极性，为公司发展注入强劲动力。

本次员工持股计划的成功实施，公司成为新一轮国企改革以来四川省内唯一实施员工持股计划的国有控股上市公司，也是全国高端白酒上市公司第一家实施员工持股计划的企业，在白酒上市公司和四川省国有控股上市公司混合所有制改革方面均具有标志性和示范性作用。

（四）依法规范办理信息披露

报告期内，公司董事会依法合规地办理信息披露报告 72 份，及时披露公司的重大事项、生产经营等信息，让投资者了解公司情况，为其投资决策提供参考。

（五）持续加强投资者关系管理

1. 搭建与投资者沟通交流的平台。

2018 年，公司通过接待来自国内外基金公司、证券公司、QFII（合格境外投资者）、个人股东实地调研，参加证券公司举办的投资策略会、接听来电等方式积极与投资者进行沟通交流。其中，面对面的沟通交流共计 47 次，共计 1,075

人，来电交流共计 3,000 余次；同时，公司在深交所互动易平台回复投资者网络提问 125 条。

2. 参加证券公司投资策略会 18 次。

2018 年，公司参加证券公司投资策略会共计 18 次，在策略会上，公司积极与投资者沟通交流，向资本市场传递公司信息，让投资者进一步了解公司情况，增强其投资信心。

3. 组织召开 5 次大型投资者沟通交流会。

2018 年，公司加大了与投资者沟通交流的力度，先后在北京、上海、成都和宜宾组织召开 5 次大型投资者沟通交流会，资本市场反响良好。

（六）董事会规范运作受到广泛认可

报告期内，公司一如既往规范运作，依法合规地进行信息披露，强化投资者关系管理，获得监管部门及广大投资者的一致认可。公司连续四年荣获深圳证券交易所信息披露考核最高等级 A 级，并获得中国上市公司协会“2017 年最受投资者尊重的上市公司”、中国证券报“最具投资价值奖”、第十八届中国上市公司百强高峰论坛“中国百强企业奖”、证券日报“最佳董事会”、每日经济新闻“中国酒业最受尊敬上市公司奖”“最具社会责任上市公司奖”、《董事会》杂志社“金圆桌奖”之“最佳董事会”等多项殊荣。

二、2018 年生产经营工作

（一）生产方面

原料基地建设方面，公司酿酒专用粮秉承“本地化、基地化、有机化”的理念，根据五粮液传统酿造工艺以及

川南酒粮品种特性要求，确定了以宜宾为核心、四川为主体、兼顾国内部分粮食品种优质产区，按照“核心示范”“订单农业”和“战略合作”三种模式，计划三年升级建设百万亩酿酒专用粮基地，助力公司酿酒生产。

生产能力硬件投入方面，公司继续深入推进生产厂房等建筑物风貌整治，持续推进环保技改项目及“三废”综合治理，进一步升级公司生产经营和酿酒工业园区生态环境；加快实施勾储酒库技改工程项目、成品酒包装及智能仓储配送一体化项目、10万吨酿酒生产技改项目一期工程、30万吨陶坛陈酿酒库项目等硬件实施，为公司的持续健康发展夯实基础。

质量工艺方面，公司进一步弘扬精益求精的工匠精神，坚持“1368 传统工艺”，坚守全面质量管理，用心酿好每一瓶酒。长期以来，公司以远高于国家技术标准和行业技术标准，执行每一次质量检测与抽样检定，确保每一批出厂产品满足任何出口国家和地区标准。公司成为 2018 年白酒行业唯一获得全国质量标杆企业。2018 年 4 月，中国西南唯一国家级酒类检测公共平台——国家白酒产品质量监督检验中心（四川）落户五粮液工业园区，为公司白酒科研和创新提供有力技术支持。

安全环保方面，公司建立了“责任全覆盖、管理全方位、监管全过程”的安全生产长效机制，全面执行安全风险责任金和安全生产“一票否决”奖惩机制。2018 年，全年无重伤及以上生产安全事故，无重大经济损失和职业病零发生，连续 34

年无火灾事故。公司高度重视节能环保，制定并贯彻实施《宜宾五粮液股份有限公司中长期（2017-2021年）环境保护和生态建设规划》。公司实现“三废”100%达标排放，全年轻微及以上环境污染事故为零。

（二）经营方面

1. 着力丰富品牌内涵，优化品牌形象。

围绕“大国浓香、中国酒王”的品牌定位，多措并举丰富品牌内涵，多方位提升品牌形象。一是围绕主题活动下功夫。全年组织3,800余名终端网络商家、1,600余名消费者意见领袖开展了俄罗斯世界杯之旅；开展50余场大型企业走访，与更多的高端消费圈群建立联系，形成了良好的互动；先后成功开展了元旦春节、中秋国庆系列主题活动、五粮液低度系列主题婚宴促销等活动。二是紧抓国际盛事做文章。紧紧抓住“一带一路”时代契机，积极参展2018波兰（波兹南）国际食品展、首届中国国际进口博览会、中国国际酒业博览会、亮相巴黎“天涯共此时”中秋文化活动、2018中俄金融合作圆桌会议、博鳌亚洲论坛首尔会议、2018中国企业家博鳌论坛、“感知中国·中北美洲国家四川周”、捷克中国投资论坛等十余场国际交流盛事。三是结合高端场景强实效。公司鼎力支持北京卫视《上新了·故宫》栏目，将五粮液独有的酒业活文物与故宫稀缺的皇家活历史有机结合、积极推进与国内大型机场的五粮液贵宾通道建设项目、冠名沪蓉高铁动车组、继续冠名四川航空“五粮液”号A330客机等。

2. 着力梳理产品结构，优化产品体系。

公司按照五粮液品牌“1+3”和系列酒品牌“4+4”的

产品策略，加减法并用，梳理产品结构，打造具有时代特点、具有清晰定位的品牌矩阵。

五粮液品牌方面，公司对普五精益求精的包装升级按计划推进；充分发挥五粮液数量最多、历史最悠久、连续生产时间最长的明代古窖池群优势，开发了高端窖池系列产品；重塑高端白酒价值体系，创新推出了改革开放 40 周年纪念酒、新时代国运昌纪念酒、“501 五粮液”“五粮液·相约 2035”收藏酒等新品，受到广大经销商和消费者的喜爱收藏。**系列酒品牌方面**，向优势品牌进一步集中优势资源，突出打造全国性的战略大单品和场景化细分市场的领导品牌。

3.着力夯实渠道布局，优化营销体系。

在夯实渠道布局上，万店工程第一阶段的终端筛选、建档工作已基本完成，目前全国完成线上注册的核心优质终端达 14,127 家，活跃终端数量 9,007 家，新建成五粮液品鉴基地 665 家；公司专卖店数量已发展 1,295 家，同步开展了店长综合能力素质培训，初步完成专卖店产品体系规划，供应链平台正加速组建，专卖店将迎来升级发展的新机遇。

（三）基础管理方面

数字化转型方面，确立“消费者驱动、平台化运营、数字化支撑”的总体指导思想，明确了“1365”数字化转型战略，完成五粮液整体数字化转型蓝图规划；在管理流程咨询基础上，开展营销前、中、后台数字化系统建设；启动五粮液产品全生命周期溯源项目；中国酒业大数据中心挂牌成立，开展中国酒业生态、营销和生产三个方面大数据建设。

内控管理方面，公司进一步强化内控相关管理，优化业

务流程，以深入开展“三大活动”为契机，提高了市场部、销售服务部、包材部等市场服务单位，以及财务部等保障部门的服务意识和效率。

人才队伍建设方面，公司加快推进“千百十”人才工程，发挥高层次人才引领作用。公司以人才优势打造发展新引擎，建设一支规模宏大、素质优良、结构合理、作用突出的高素质人才队伍。公司通过内部公开竞聘 17 个中层副职管理职位，促进干部队伍高学历、年轻化；主动走进中国人民大学、四川大学、西南财经大学等重点高校，举办校园招聘会 10 余场，招贤纳士，吸引更多人才加入五粮液团队。

三、2019 年主要工作规划

根据“十三五”规划，集团公司将在 2019 年实现销售收入千亿目标，而公司贡献率要超过一半以上。公司将坚定发展战略和发展方向，坚定“共商共建共享”原则，凝聚厂商等一切力量，不断强化优化产品力、品牌力、渠道力、内控力、执行力，全方位提升产品市场竞争力。

（一）持续强化品牌建设，着力实现品牌价值回归

产品体系方面，公司将继续强化五粮液“1+3”产品体系建设，一是稳步扎实推进普五升级版的上市工作，为消费者提供更精致的包装、更领先的防伪技术和更好的消费体验；二是进一步完善高端明代窖池五粮液的设计和整体营销方案，提升五粮液的高端市场地位。系列酒“4+4”品牌矩阵建设方面，将全面地、实质性地实现品牌清理，清除透支五粮液品牌的系列产品；重点打造“五粮春、五粮醇、五粮特头曲、绵柔尖庄”四个全国性战略大单品和“五粮人家、百

家宴、友酒、火爆”四个区域性重点产品。

品牌营销方面，公司强化以数字化建设为中心的现代营销体系，持续高质量开展百城千县万店终端工程第二阶段工作；统筹协调、精心组织好“控盘分利”营销模式的运作；进一步加强“营销铁军”的建设，加快补上渠道建设和组织建设的短板。

品牌传播方面，公司升级品牌传播方式，通过强化与国际、国内顶级咨询策划公司的合作，进一步诠释好五粮液“天地精华、民族精神、世界精彩”的独特品牌文化内涵，重塑品牌核心价值。同时，加强与故宫博物院的合作，全面启动“明代古窖池群”的文化体系建设；加强与国内主流媒体及新媒体合作，围绕重大事件、重大活动，策划实施年度品牌文化活动和年度品牌公益活动，大力提升和重构消费者对五粮液品牌的认知。

（二）全面深化企业改革，着力提升公司改革成效

2019年，公司将全面深化企业改革，坚定不移地深化三项制度改革，真正形成“员工能进能出、干部能上能下、收入能增能减”的机制与文化；加快推进公司组织机构改革和薪酬改革机制，进一步加大对人才的吸引力，夯实公司发展后劲。

（三）加大开放合作力度，着力优化效益增长方式

2019年，公司将加大对外开放合作力度，按“四向拓展”

的要求，深度融入长江经济带，着力打造华东、华中等白酒主力市场，拓展东向大市场；重点突破珠三角、北部湾经济区、粤港澳大湾区等重点市场，大力开发南向新市场。以资本为纽带，走内涵式增长与外延式扩张相结合之路，着力优化效益增长方式。

（四）坚持企业核心价值理念，着力提升员工的获得感和幸福感

2019年，公司将持续坚持“为员工创造幸福”的核心价值理念，着力提升员工的获得感和幸福感。按照省市相关文件精神，公司建立健全员工收入与公司发展同步提升的薪酬机制；同时，强化职业健康体检管理，加大职业健康经费投入，持续开展职业病防治工作，确保员工的身体健康。

2019年是五粮液集团跨越千亿、加速高质量发展的关键之年。公司将进一步全面深化改革创新，激发潜力、拓展优势、增添动力、注入活力，确保实现营业总收入500亿元，以持续增长的生产经营业绩回报股东和广大投资者。

宜宾五粮液股份有限公司董事会

2019年3月28日