

洋河股份 2023 年度企业质量信用报告

1 前言

本报告为江苏洋河酒厂股份有限公司（以下简称“洋河股份”或“本公司”）2023 年度公开发布的《企业质量信用报告》。本报告内容真实可靠，不存在任何误导性陈述或虚假情况，并对内容的客观性、真实性负责。

1.1 报告编制说明

A. 客观性声明：本报告客观公布了洋河股份在报告期（2023 年 1-12 月份）内质量诚信管理工作的基本情况，报告中公布的信息，其收集、记录、整理、分析和公布经得起审核验证，可以确保社会对公司的质量信用状况进行真实的评价。

B. 组织范围：按照《公司法》的要求，建立健全完善的法人治理结构，实行董事长负责制（分子公司实行总经理负责制），组建了由总裁/副总经理组成的领导层。本公司建立快速高效的运行机制，明确各部门、各岗位工作职责，对一些重点环节和岗位，实行责任书制度，强化责任管控，推动责任落实。

C. 报告的时间范围与发布周期：每年一次对报告的适宜性、充分性、有效性进行调整。

1.2 高管致辞

洋河股份秉承“精益求精、极致卓越”的质量理念，实行一票否决制，贯彻上道工序服务与服从下道工序的质量要求，实行全流程、全员参与的全面质量管理体系，使公司持续提供符合质量标准和顾客满意的产品。

为了保证质量信用体系的顺利实施，经研究决定，由质量分管领导在管理范围内履行下列职责：确保按照标准的规定，建立、实施和保持体系；公司董事长/总经理及时报告质量体系的业绩，包括任何改进的需求；确保整个公司提高满足顾客要求意识；负责管理体系建立过程中的有关事宜的内部协调和外部联络。

1.3 企业简介

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，总占地面积 10 平方公里，总资产 724.05 亿元，员工 3 万人，下辖洋河、双沟、泗阳、贵酒、梨花村五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区、英国苏格兰威士忌产区并称“世界三大湿地名酒产区”。

作为中国名酒的杰出代表，洋河多次在全国评酒会上荣获国家名酒称号。2009 年，公司在深交所挂牌上市。2012 年，公司跻身 FT 上市公司全球 500 强。近年来，公司经营发展质量不断提升，销售规模居行业前三甲。2023 年实现营收 331.26 亿元，同比增长 10.04%；2024 年第一季度实现营收 162.55 亿元，同比增长 8.03%。

品质方面，2003 年，公司率先突破白酒香型分类传统，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。公司被誉为“绵柔鼻祖”。

技术方面，公司先后建立国家级博士后科研工作站、博士后技术创新中心、省级技术中心、江苏省酿酒工程技术研究中心、江苏省（洋河）生物酿酒技术研究院、陈坚院士工作站、中国轻工业白酒微生物酿造工程技术研究中心、中国轻工业生物酿造群体微生物代谢重点实验室、中国白酒健康工程技术研究中心等 10 大研发平台，51 名国家级评酒委员，78 名省级评酒委员，1975 名技术类人员，蝉联六届全国专业品酒师大赛冠军，在 2023 年第七届全国品酒师大赛上包揽冠亚季军，技术力量行业领先。

品牌方面，2015 年，公司入选“中国品牌价值酒水饮料类地理标志产品”，是白酒行业仅有的两个入选品牌之一；2017 年，公司在“全球烈酒品牌价值 50 强”排行榜中位列中国第二、全球第三；2018 年，公司蝉联“中国品牌价值评价”产品品牌价值第一名；在“世界最具价值品牌 500 强”排行榜中，位居全球第 215 位；2019 年，入选 BrandZ “最具价值中国品牌 100 强”，位居第 48 位。2020 年，品牌价值荣登“2020 中国品牌价值”轻工业榜单第三名，白酒行业第二；并入围“2020 中国上市公司品牌价值 TOP100”，位居第 42 位。2021 年，洋河股份以 702.01 亿元的品牌价值荣登轻工业榜单第 3 名；并入选 2021 新型实体企业百强榜。2022 年，在 Brand Finance 发布的“2022 全球品牌价值 500 强”榜单中，公司品牌价值位列第 342 位；在 Brand Finance 发布的“2022 全球酒

类品牌价值榜”(Alcoholic Drinks 2022)中, 跻身“50 大烈酒品牌”(Spirits 50); 在“2022 中国品牌价值评价信息发布”中以 738.35 亿元品牌价值荣登轻工领域第三, 洋河大曲在地理标志区域品牌价值中表现抢眼, 位列第二。

旅游方面, 公司致力于酒文化旅游建设, 促进酒旅融合发展, 拥有全国重点文物保护单位“洋河地下酒窖”和省级重点文物保护单位“洋河老窖池群”, 拥有国家工业遗产“洋河老窖池群及酿酒作坊”, 洋河酒酿造技艺入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录, 建成中国白酒活态博物馆群。洋河文化旅游区获评国家 4A 级旅游景区。

文化方面, 大力弘扬“梦想文化”, 始终践行“领先领头领一行, 报国报民报一方”发展理念。公司每年举办盛大的封藏大典活动和谷雨论坛, 联手央视打造“经典咏流传”、“国家宝藏”等大型文化节目, 举办“寻找最美乡村医生、梦想星搭档、中国梦想秀、梦之蓝公益助学行动、梦之蓝·敬我最尊敬的人”等社会公益活动, 成立“梦之蓝公益基金”、梦之蓝公益研究院等, 与中国航天基金会携手开展梦之蓝航天公益活动, 把航天人的梦想、洋河人的梦想和时代的梦想紧紧相连, 传递正能量。

展望未来, 公司将始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导, 努力将公司建设成为一个不断超越生命周期的伟大企业。

2、企业质量理念

公司的质量理念: 精益求精、极致卓越。

质量方针: 顾客满意 绵柔风格 绿色品牌 安全健康 持续改进 和谐发展。

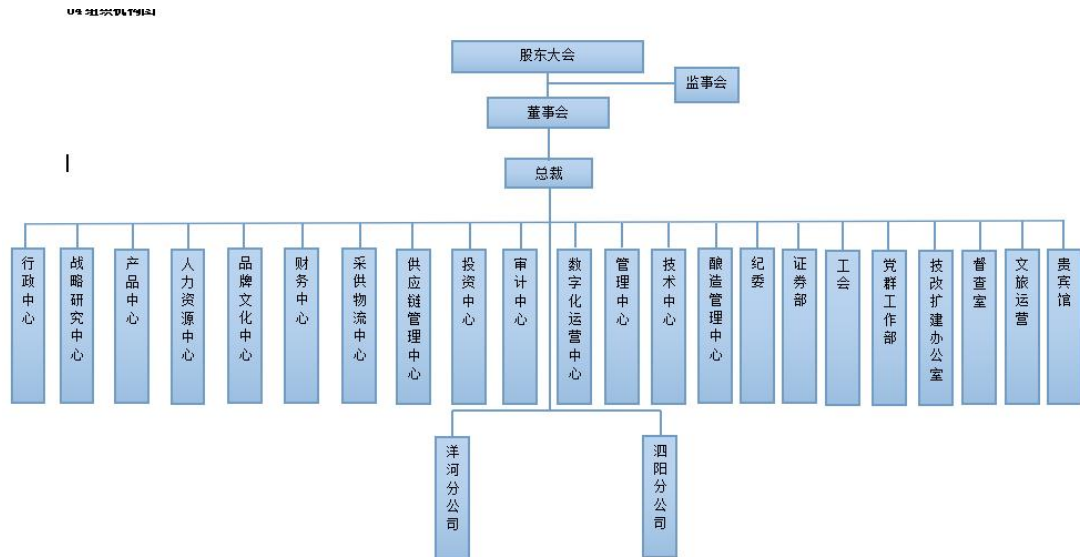
质量目标: a) 监督抽查合格率 100%; b) 食品安全事故投诉处理及时率 100%; c) 重大食品安全事故为 0。。

3、企业质量管理

3.1 质量管理机构

为了企业质量管理工作正常运转, 对组织机构合理划分, 人员实施优化, 董事长/总经理是质量第一负责人, 全面负责公司各项日常管理。

下设行政中心、战略研究中心、产品中心、人力资源中心、品牌文化中心、财务中心等中心/部门, 各部门职责明确, 分工合作, 共同完成公司质量管理工作, 保证质量管理体系的有效运行和持续改进, 实现质量目标。



洋河分公司下设综合管理部、设备能源管理办公室、酿造部、酿酒车间、中试车间、制曲车间、维修车间、综合车间、原料预处理车间、成品部、包装车间、质量部、物业管理部、安全环保部。

泗阳分公司下设综合管理部、党群工作部、物业管理部、质量部、酿造部、酿酒车间、维修车间、综合车间、制曲车间、包装车间、安全环保部。

3.1.1 董事长/总经理职责

- a) 负责向组织传达满足顾客和法律、法规要求的重要性，并认真贯彻执行国家、上级的政策、法规和指令。
- b) 主持制定公司长短期规划。
- c) 负责建立健全与公司发展相适应的组织架构，并明确分工。
- d) 确保各过程获得其预期输出。
- e) 确保按质量管理要求建立、实施和保持、改进管理体系，保持其符合性、充分性和有效性；
- f) 确保整个组织内提高满足顾客要求意识；
- g) 确保在策划和实施管理体系变更时保持其完整性。
- h) 管理体系有关重大事宜的外部联络。

3.1.2 质量部职责

- a) 负责进厂物资的检验、在制品检测；
- b) 负责质量、食品安全、计量管理体系的运行与维护；

- c) 负责组织新开发产品以及改造产品的评审；
- d) 负责组织产品检验标准与方法的评审，并提出修订意见；
- e) 质量分析与内部质量事故处理。

3.2 质量管理体系

1992年，公司主动将企业全面质量管理体系纳入到ISO9000《质量管理和质量保证》系列标准中，并编制《质量手册》，在公司内颁布执行。1993年，通过质量管理体系认证，并在贯标过程中不断提升全面质量管理水平。自2003年起，洋河股份成功通过国家计量检测体系认证，在2008年荣获测量管理体系3A级认证，彰显了其在计量管理方面的专业实力。此外，洋河股份还荣获江苏省省级能源计量示范先进单位的荣誉称号。至2018年，公司再次荣获省级3A级测量管理体系优秀企业称号。2007年获得“江苏省省长质量奖”称号、2010年获得“宿迁市市长质量奖”称号等。

3.3 质量安全风险管理

3.3.1 公司设立风险管控办公室，按照牵头巡查和部门自查，定期对企业经营可能存在的风险进行排查，并制定相应预防措施。根据发生的可能性及影响性将风险分为一般性风险和关键性风险。其中一般性风险纳入各风险责任主体的日常监控；关键性风险由风险管控办公室召开专项会议进行研究对策，并监督各风险责任主体制定专项风险规避方案和专项风险应急预案。每年开展内控自评，进行风险排查、识别和现场评价，针对在评价过程中发现的内控缺陷，明确责任和整改期限，并跟踪整改情况，及时向董事会汇报。

3.3.2 公司设立了客服部负责消费者咨询、投诉的服务扎口管理工作，建立95019客服热线以及邮箱、苏酒生态圈微信公众号服务平台，为满足客户反馈诉求提供多方渠道，并通过制定《产品质量信息处理办法》、《市场信息管理办法》等制度来规范客户投诉管理，明确客户投诉处理流程，确保每一个客户投诉都能得到及时、有效的处理，实现全流程闭环管理。客服部对取回问题样品进行确认，并对投诉问题通过《信息整改交办单》进行交办、整改，不断改进提升产品质量。客服部定期对产品质量投诉情况进行整理、分析，消除风险。

3.3.3 为加强突发事件管理，公司制定了《酿酒过程中停电、停水、停汽应急预案》、《包装洗瓶水污染应急预案》等预案，对各过程潜在风险进行识别，制定

应急预案，并每年演练，减缓突发事件造成的影响。

表一 生产、存储的质量安全风险

过程名称	可能存在的突发事件	应急措施	预防措施	责任部门	相应的管理文件
生产制造	酿酒过程中停电、停水、停汽	对原酒进行鉴定，符合要求正常入库，对不合格半成品作以报废处理。	1、计划内的停水、停电、停汽，提前关闭生产设备、关闭各配电室电源。 2、遇到计划外停水、停电、停汽时，关闭设备各电源开关，及时向上级部门汇报，联系人员抢修，并根据实际情况组织生产。 3、因停水、停电、停汽致使生产中断的，对相关的产品按照规定进行处置予以记录。	酿造部、维修车间、酿酒车间、酒体设计中心、质量部	酿酒系统设备故障、停电、停水、停汽产品处置办法
	包装洗瓶水污染	水质异常，立即上报领导，调用备用水源。	1、成品部和维修车间分别对所管理的供水口进行密封，防止人为破坏水资源的事件发生。 2、维修车间、成品部、包装车间分别围绕水源管理职责，保障包装用水安全、可控。	成品部、维修车间、包装车间	洗瓶水污染预防及应急处置预案
存储运输	酒池、酒罐发生泄漏	酒池、酒罐发生泄漏时迅速查明原因，采取有效措施，防止事态扩大，保障酒水安全。	1、事故发生后迅速上报应急办公室主任，应急办公室根据初评情况确定是否启动预案及相应级别。 2、酒罐、酒池泄漏事故突发事件按危害程度不同可分为三级，并根据不同级别启动相应的应急措施。	酒储管理部、安全环保部、维修车间、物业管理部	酒罐泄漏预防及应急处置预案、酒池泄露预防及应急处置预案

4. 质量诚信管理

4.1 在质量管理上，公司认真贯彻质量、食品安全、环境、职业健康四大管理体系，在公司内不断强化“三全”质量意识，树立“质量第一”的观念，秉承“品质为天，追求卓越”的质量理念，坚持“质量无小事、出厂是大事”原则，创新实施“三五纵横”质量管理模式，实行一票否决制，在全公司范围内营造由下道工序说了算的工作氛围，贯彻上道工序服务与服从下道工序的质量要求。公司

形成了月度、年度的质量分析会机制，并且成为和公司年度营销工作会议同等重要的会议。连续三年质量合格率稳步提升，产品各项指标均达到标准规定。

4.2 质量承诺

4.2.1 为实现公司使命、愿景、价值观和战略发展，公司在日常管理中逐步形成了一套强有力的管理规范、制度，公司高层领导参与各项重要制度的起草、修改和迭代完善。“依靠制度约束、凭借规范生产”是公司始终坚持的管理原则。公司积极推行国际通行的标准体系，依据《公司法》、《劳动法》、《税法》等法律法规，制定和完善各项相应的管理制度，严格执行各项工作流程，使制度化、规范化真正成为组织创造价值的重要资源。

4.2.2 公司严格遵守《预包装食品标签通则》、《产品质量法》、《广告法》、《民法典》等法律法规，严格执行产品标准，满足顾客要求，杜绝虚假宣传，坚决抵制伪劣、欺诈顾客等失信违法行为，不侵害其它企业的合法权益，遵循公平、公开、公正的竞争原则，遵守市场规则，开展有序竞争，构建诚信经营、公平竞争的市场环境。

4.2.3 通过打造“醇美的酒质、驰名的品牌、诚信的企业”的企业形象，及时解决顾客的实际困难，增强顾客合作信心，满足并超越其期望，赢得并提高顾客满意度和忠诚度，促使持续经销、消费公司产品。

4.3 运作管理

(1) 全方位制度保障

公司建立独具特色的“1234”多维质量安全保障机制，即“一票否决制、双保险担保责任制、三全责任制、四种特色考核机制”。一票否决制即在产品质量监管与绩效考核上，实施双层“一票否决制”，否决不合格品的同时，否决质量责任部门、员工的绩效考核。质量责任双保险即构建了“质量有保障、责任可追究、信息可追溯”的产品质量责任保障体系。对内，实施质量责任终身制，严格落实主体责任；对外，实施从原料源头、生产过程到终端的全流程透明化追溯管理，制定《产品召回管理办法》，保证产品出现安全问题时及时召回，确保对消费者安全负责。三全责任制即实行相互交纵、互相监督的“全员参与、全流程控制、全方位管理”的三全责任制，公司一把手为企业的“质量第一责任人”，全面落实公司质量安全管理责任。四种特色考核机制即建立“部门流程红白票双重考核、各岗位机制自发考核、柔性团队横向考核、生产单元组织裂变考核”等考

核机制，明确各层级的质量安全责任及指标，开展关联考核，实施“向下负责、向上约束、上下连带、牵头为大”和“结果导向”的质量管理机制。

(2) 全流程质量管控

公司设立质量部，对各类原辅材料入厂检测、制曲、酿酒、勾兑过程监测、到成品酒出厂检测全流程的各个点全面覆盖。质量部建立相应的质量责任机制，质量检测人员签订质量责任状，确保入厂物资质量合格，出厂产品质量合格，达到国家要求的食品安全标准。同时遵循内部用户原则，每一道工序是前道工序的用户，每道工序坚持做到“三不”，即：不接收不合格品、不制造不合格品、不放行不合格品。实行“三检”制：即检验员巡检、作业者自检、下道工序为上道工序检验。

(3) 全系统闭环管理

在生产过程中建立成熟的产品追溯制度，产品质量出现问题时可具体追溯到具体的批次和操作员工。公司在生产过程中将质量责任作为考核指标列入员工日常考核体系，明确相应的责任和考核要求。在酿酒生产中，优级率作为明确的质量考核指标与员工绩效挂钩。通过建立 PDCA 循环机制，形成了持续改进、优化、评价质量标准的良好机制和氛围，公司质量保证能力、质量改进能力得到不断巩固和加强，产品质量得到稳步提高。公司严格按照公司产品执行标准进行检测的同时，强化第三方检验控制，公司每年两次将所有成品酒及辅助物资送市级质检机构检测。

(4) 高标准检测配置

为了保证公司产品质量的稳定可靠，质量部配置专职检验人员 91 人，其中硕士及本科人员占 70%以上。质量部下设众多科室，并配置原子吸收分光光度仪、气相色谱仪、气质联用仪、浊度仪、近红外光谱仪、材料拉力仪等专业检测仪器设备，把各类原辅材料入厂检测、制曲、酿酒、勾兑过程监测、到成品酒出厂检测全流程的各个点全面覆盖。所有质量检验人员在上岗前开展岗前培训，在岗期间根据工作要求，每年至少开展一次内部培训，相关检验人员分别取得内外部检验证书。

公司对产品质量从严要求，各项指标与国家标准相比更严格。成品白酒中甲醇含量要求比国家标准要低 0.1g/L，生产用水总硬度、电导率、PH 值、菌落总数等标准要求均高于国家标准要求。公司同时对与成品白酒直接接触的包装材料

进行严格要求，常态化检测玻璃瓶中铅、镉、砷、锑等重金属指标。

(5) 超优质售后服务

公司开通了“95019”服务热线，及时接收和处理来自消费者的咨询、投诉信息。同时设置相应的维权部门和打假机构，通过首问负责制、专人服务制、全程跟踪制等三大制度的建设，要求公司售后服务不仅要让用户满意，还要“非常满意”。

表二 质量安全职责的措施

名称	具体措施和活动
质量职责	公司制定了产品质量规划、质量方针及目标，明确各部门在产品和服务质量安全的职责，通过推行全面质量管理，推进精益生产，公司创建以来从未发生过质量安全事故，产品质量得到国内外客户的一致认可。
产品质量安全制度	公司建立并不断完善质量管理体系，确保公司产品和服务质量安全可靠。质量安全事故零发生。
质量教育	公司通过班前会、月度例会、举办专题培训班、技能比武、外部培训等方式组织面向一线员工的质量培训。
质量分析、质量绩效考核	公司定期组织召开公司产品质量分析会，制定并落实改进措施；坚持质量“”四不放过原则，组织对公司内部质量事故进行调查、原因分析，制定纠正和预防措施，落实有关质量责任制，并与责任人工资绩效挂钩。
质量改进活动	公司制定了《全员参与持续改进管理办法》，搭建了持续改进信息化系统；定期开展 QC 小组活动，推动质量持续提升。
质量安全保障措施	公司建立独具特色的“1234”多维质量安全保障机制，即“一票否决制、双保险担保责任制、三全责任制、四种特色考核机制”。实施“向下负责、向上约束、上下连带、牵头为大”和“结果导向”的质量管理机制。

(6) 畅通信息渠道

随着信息化建设的不断推进，公司收集、处理信息能力得到了极大提高，为快速反应提供了有力的信息支持。公司实施了办公自动化系统（OA）、ERP 系统、

智能制造系统（MES）、人事管理系统（HR）、仓库管理系统（WMS）、视频会议系统软件等，极大地发挥了信息系统在数据传送、数据分析、规范流程、科学决策方面的重要作用。

4.4 营销管理

4.4.1 根据公司战略要求，以市场为导向，以超越顾客期望为宗旨，进行准确的市场信息分析和产品定位，了解顾客需求和期望，进行产品开发、市场开发、建立及维护客户关系，构建和完善销售服务网络，实现顾客对公司产品的满意及品牌忠诚，提高公司产品竞争力和市场占有率。

4.4.2 公司对原有产品进行优化升级，如珍宝坊系列产品升级；同时不断加大新产品开发力度，成功打造了梦之蓝手工班等系列高端产品，全面满足市场需求。

4.4.3 客服部负责公司外部信息的收集、处理、整改、考核的全过程管理。并通过制定《产品质量信息处理办法》、《市场信息管理办法》等制度来规范顾客投诉管理，明确顾客投诉处理流程，确保每一个顾客投诉都能得到及时、有效的处理。

5、质量管理基础

5.1 公司从企业标准管理、认证管理、检验检测管理等方面全面对质量基础进行管理。

5.1 标准管理

公司依据各类产品标准、各种法规及公司内部要求起草质量有关标准，包含制度、作业指导书等。参与制定国家标准 10 项、行业标准 2 项、团体标准 16 项。

表三 采用的部分国内外先进标准

序号	标准名称	标准编号
1	欧盟关于食品污染物最高限量的新法规	EC1881
2	国际食品法典	Codex Alimentarius commission
3	蒸馏酒及配制酒生产卫生规范	GB 8951
4	预包装饮料酒包装通则	GB 10344
5	浓香型白酒	GB/T10781.1

表四 参与或主持制定的国标

序号	标准名称	标准号
1	固液法白酒	GB/T20822-2007
2	地理标志产品 洋河大曲酒	GB/T22046 - 2008
3	白酒感官品评导则	GB/T 33404-2016
4	白酒感官品评术语	GB/T 33405-2016
5	白酒风味物质阈值测定指南	GB/T 33406-2016
6	产品标签内容核心元数据	GB/T 37282-2019
7	白酒工业术语	GB/T 15109-2021
8	白酒质量要求 第1部分：浓香型白酒	GB/T10781.1 - 2021
9	白酒分析方法	GB/T 10345-2022
10	白酒检验规则和标志、包装、运输、 贮存	GB/T10346-2023

5.2 计量管理

5.2.1 公司制定测量管理手册、测量管理程序文件、《测量管理体系作业指导书》、《测量管理作业规程》、《生产过程计量控制管理办法》《测量设备管理办法》等管理制度，严格执行《计量设备检定校准操作规范》《JJG 882-2019 压力变送器计量检定规程》等标准。

5.2.2 公司设立计量科，负责公司计量设备的配备、校准与管理，计量管理体系的建立、维护和完善。计量科按照规定的频次计量器具有酒精计、窖池测温仪、空压机压力表、分汽缸压力表、电子汽车衡、氧气乙炔压力表、可燃气体报警器、气相色谱仪、定量包装罐装机等计量设备进行检测，确保所有列入强检目录的计量器具全部检定。

5.3 认证管理

公司通过 ISO9001、ISO14001、ISO45001、HACCP、测量管理体系、能源管理体系、诚信管理体系、两化融合八大管理体系认证及二级安全生产标准化。每年按照管理手册和程序文件要求的频次和范围，组织内部审核，持续改进，并请第三方认证公司进行审核，持续保持证书有效性。

5.4 检验检测管理

公司设有专业检测实验室，配置专职检测人员 91 人，其中硕士及本科人员占 70%以上，2022 年公司实验室成功通过中国合格评定国家认可委员会评审，取得了 CNAS 认可实验室资质。实验室配备原子吸收分光光度计、气相色谱仪、气质联用仪、浊度仪、近红外光谱仪等多台大型精密仪器，可实现白酒铅、氰化物、塑化剂等食品安全指标的自主监测。同时与国家白酒检测中心长期签订检测协议，定期开展风险物质监测，实现从各类原辅材料进厂到成品酒出厂的“34 道关口”、“275 个指标”，全流程全环节全覆盖的监测，为公司食品安全提供强有力的技术保障。

6、产品质量责任

6.1 产品质量水平

公司以高度的行业责任感，把行业利益放在重要位置，行业兴则企业受益，行业衰则企业受害。公司坚持绝不破坏行业规则的事，坚持产品品牌化、品牌系列化，用时间的累积，让消费者认知品牌。在与所有受益相关方的交易和往来中，始终坚持“讲质量、重诚信”的原则，使利益相关方能在一个良好信誉的氛围中经营，得到相关方的支持和信赖。

6.2 产品售后责任

公司秉承“关注不满意，解决最急需，追求您感动”的服务理念，制定《产品质量信息处理办法》《市场信息管理办法》等制度来规范顾客投诉管理，设立客服部负责客户咨询、投诉的服务扎口管理工作，建立完善的顾客投诉管理体系和快速反应机制，搭建 95019 客服热线、企业邮箱、微信公众号等信息反馈平台，采用多渠道服务模式与客户建立良好的服务关系，确保每一个顾客投诉都能得到及时、有效处理，确保以优良的服务满足顾客的需求。

6.3 企业社会责任

6.3.1 食品安全

公司形成以“酿安全美酒、献品味文化、创一流品牌”为核心的食品安全管理方针，从物理、化学、生物三个维度对公司生产过程进行危害分析和关键控制点确定。对潜在的风险提前控制和预防，形成完善的内部防护体系。同时，为了防止不符合要求的产品流入到市场，给消费者造成影响，并能够快速回收不合

格产品，公司自 2005 年起建立并实施“标识和可追溯性及产品召回管理程序”，由 HACCP 小组负责对召回产品分析质量事故原因并采取对策，并每年组织产品召回演练，提高市场应急响应能力。

为了消除或减少食品安全危害，保障消费者权益。当需要进行产品召回时，由食品安全小组组长负责发起产品召回。公司客服部接收明确信息并向公司内部反馈，食品安全小组核实后启动产品召回机制。一旦出现产品质量问题，产品可在 48 小时时间内快速召回。

6.3.2 安全生产

公司坚持“安全第一，预防为主”的方针，认真贯彻落实《安全生产法》等法规，逐步完善安全生产责任体系，落实安全生产主体责任，创新推行“三个体系、五级验证”安全管理模式，加大安全隐患排查与治理，健全安全生产应急救援与响应机制，有效提升了安全监管水平。形成了责任明确、齐抓共管的全公司协调联动机制，确保了企业和员工安全生产无事故。

公司通过二级安全生产标准化企业审核，近三年，轻伤事故率小于 0.5%，未发生重伤及以上事故、重大交通事故、重大火灾事故。

6.3.3 能源管理

公司始终以保护环境为前提，积极打造环境友好型企业，公司将自身发展与节约资源、保护环境有机结合起来，不断投资进行环境综合治理，实现了经济效益、环境效益和社会效益的和谐统一。公司积极调整用水结构，通过改造水路管网，用自来水代替深井水使用等措施，减少地下水资源耗用。地下水使用量由 660 万吨减少到 72 万吨，同比下降 89%，地下水位回升 22.5 米，有效保护自然生态环境。

积极导入能源智能化系统，通过互联网信息技术，强化能源全面统筹管理，提高水、电、汽等能源利用率，实现能源互联互通，信息快速采集，提升公司能源管理水平。近三年万元总产值能耗逐年下降，荣获国家级绿色工厂称号。

6.3.4 环保管理

一是持续节能减排，减少温室气体排放。持续新型技术研究，节能减排成效明显。2023 年，围绕碳达峰碳中和工作目标和要求，公司强化节能减排新技术研究，自主开发蒸汽主管网压力控制装置、引进太阳能集热装置、研究车间多级

用汽自控模式、开展均衡供汽改造等，全年减少蒸汽使用 3.5 万吨，酿酒单位综合能耗同比下降 4.12%；减少碳排放 1.1 万吨，同比下降 4.2%。二是加快能源结构转型，提升绿色电力占比。累计光伏规模达到 47.34MW2023 年使用光伏电量 3186.89 万度，绿色电力占比 31.17%，减少碳排放 1.8 万吨，达到行业领先水平。

6.3.5 主动识别及消除公众对产品、服务、运营的隐忧

公司通过积极主动地走访顾客、周边群众和政府主管部门、学习法律法规、听取员工意见确定公众的隐忧。特别是当引进新产品、新工艺、新设备、重大技术改造（如新、改、扩项目）可能导致新的负面影响，公司按《环境影响评价法》《职业病防治法》《消防法》、顾客及有关相关方要求，系统地考虑公众对产品、服务、运营的隐忧，并对此预先做出应对准备，积极主动地预见并消除公众对产品、服务、运营的隐忧。公司还特别注重对未来可能出现的公众隐忧进行辨识并策划应对举措。

6.3.6 道德行为

（1）依法纳税、诚信至上

在公司发展壮大的过程中，公司的领导层高层领导深刻地认识到税收乃国之血脉，经济为税收源泉，企业蛋糕做得越大，经济发展越快，纳税就会越多，对国家的贡献才会越大。随着快速发展，公司深入开展依法诚信纳税的宣传，营造了“纳税光荣，诚信至上”的良好氛围，企业依法诚信纳税的意识不断增强，2023 年纳税总额为 121.51 亿元，为国家税收的发展做出了重大贡献。公司的税收贡献得到了国家和社会的肯定，并先后获“宿迁市企业纳税大户”和“A 级纳税信用等级”等称号。

（2）普法用法、健全机制

高层领导十分重视法律法规的学习和员工法制宣传教育，带头学习相关法律法规，并把法制建设纳入企业监管内容，确保合同双方权益不受损害，树立了守法、诚信的良好形象。

（3）稽审结合、有效预防

为了更好地维护诚信经营环境，公司借助审计中心、苏亚金诚会计师事务所，通过运营审计、经营稽查，内外结合的审计监督，对经营过程进行严格监控，逐步建立惩防体系将一切非诚信因素扼杀在摇篮之中。

(4) 影响相关方

建立严格的供应商准入及评估制度，尤其是酿酒原辅料及酒瓶、包材的供应商，对其资质、诚信记录等都要进行严格审查，并由质量部牵头进行现场质量审计。通过供应商审计，将公司诚信经营的理念传导给供应商，与其共同创建并维护诚信经营环境，提供更加优质稳定的产品和服务，对出现诚信问题的供应商给予淘汰的严格处罚。

(5) 员工管理

公司建立了公开、公平、公正的选人用人机制，推行公开竞聘上岗，逐步形成了公开透明的考察机制、注重实际的考评机制、竞争择优的任用机制。公司纪委开展效能监察，对重要的经营活动进行过程监督，对违纪行为进行严肃处理。每年开展“优秀员工”、“先进集体”、“金牌党支部”、“劳动模范”的评选活动，充分发挥典型示范作用。

在高层领导的带领下，公司长期注重培养员工的社会责任感，鼓励员工参与公益事业，在公众场合展示公司的良好精神风貌，树立公司的公众形象。

6.3.7 公益支持

公司围绕战略发展需要，在努力提升业绩的同时，始终秉持“领先领头领一行、报国报民报一方”的企业精神，积极参加社会公益事业，全力践行社会责任和担当，将支持的重点领域确定为医疗、捐赠、扶贫助困、环境改善、消防、公益活动方面，大力弘扬中华民族“帮危济困、扶微助弱”的传统美德，用实际行动树立了公益品牌、民族品牌的良好形象。

6.4 质量信用记录

企业在报告期内无质量信用不良记录。

诚信建设情况			
相关项目	2021 年	2022 年	2023 年
纳税信用等级	A	A	A

7. 报告结语

质量是振兴企业的根本，保证质量是保证企业效益的支柱。现在和今后，创新、巩固和发展产品质量是企业工作的重点。面对市场，接受挑战，通过实施名牌战略使企业的发展再上一个新台阶通过开展企业发布质量信用报告，是引导企业履行产品质量主体责任、建立质量诚信自律机制的重要措施，也是引导和推动

全社会对企业履行质量责任情况进行监督的有效方式,有利于推动企业牢固树立“质量第一、诚信为本”的经营理念,有利于提高企业的质量诚信意识和质量法制意识,有利于企业主动向社会、消费者公开产品质量状况和质量承诺信息,接受社会监督。我公司将通过发布企业质量信用报告,向全社会的人承诺质量安全、主动向社会、消费者公开产品质量状况和质量承诺信息,接受社会监督。