

青海互助青稞酒股份有限公司

董事会工作报告

2019年，公司董事会严格按照法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，贯彻落实股东大会的各项决议，认真履行职责，不断规范公司治理。全体董事认真负责、勤勉尽职，为公司董事会的科学决策和规范运作做了大量富有成效的工作。

公司独立董事方文彬先生、王德良先生、吴非先生向董事会分别提交了《2019年度独立董事述职报告》，公司独立董事将在公司2019年度股东大会进行述职。

现将2019年度董事会工作汇报如下：

一、2019年度公司总体经营情况

2019年，公司紧密围绕“持续深入建设企业文化、构建全面质量管理体系”的年度总方针，以“市场营销；品牌建设；产品质量与生产工艺；企业文化；人力资源；标准与流程”六大提升为方向，深入、全面进行企业改革，提升企业经营管理水平。

2019年，公司实现营业收入125,372.55万元，较上年同期下降7.04%，利润总额5,551.93万元，实现归属于上市公司股东的净利润3,611.83万元，实现税金33,331.95万元。

（一）青稞酒品类方面

1、品牌传播

一是强化媒体资源融合：2019年公司充分借助央视、青海卫视及全国性主流媒体平台，牢牢把握大众聚焦及认知引领制高点，以更加多元丰富的方式展现企业品牌形象，持续强化天佑德品牌在全国范围内的知晓度、知名度和影响力渗透与提升。

二是深化体育营销融合：2019年公司继续加强与环青海湖国际公路自行车赛、中国网球公开赛等国际、国内赛事的深度合作，并深化了与兰州、西安马拉松的合作关系，让“体育+”努力成为天佑德品牌纵深发展新引擎、新动力。

三是重视常规活动开展：2019年公司在青海及甘肃区域积极参与或组织开展贵德梨花节、玉树赛马会、乐都庙会、贵德马拉松、湟中彩虹跑、海东射箭比赛等地方民俗、民间文化活动，持续加强与当地消费者的互动沟通。

四是夯实产品品质保障：2019年公司多轮次组织青海地区及部分全国性权威媒体、核心意见

领袖等深入青稞原粮及酿造现场实地参观考察，近距离真实展现从原粮种植、收购、生产、酿造、包装、销售等全产业链运作场景，让更多消费者深入现场、见证品质，切实展现和树立天佑德青稞酒高标准、高品质特性。

五是加大品牌故事传播：2019年公司继续围绕青藏文化、青稞精神及天佑德青稞酒精神推动品牌故事传播，并着力挖掘天佑德青稞白酒“一祖十贤”历史发展脉络，构建起丰富生动的文化传播体系，依托公司成熟的品牌传播矩阵，让悠久厚重的青稞酒发展历史重新走进现代生活，为青稞酒发展形成良好背书。

2、产品开发

2019年，公司结合白酒消费新趋势、健康新需求，按照“储备一批、开发一批、推广一批、退市一批”的原则，重点围绕“上山、下乡”产品战略规划，有序推进了公司产品开发及升级迭代工作。其中，“上山”产品系列重点开发上市新版德天下、国之德、岩窖35、红五星等中次高端产品，致力于天佑德品牌的高度、高端化引领和主销产品升级迭代；“下乡”产品系列深度聚焦青海消费者记忆点挖掘，唤醒消费者对品牌的记忆情怀，重点开发上市白青稞、互助老字号、互助大曲等低端及光瓶酒产品，满足乡镇及牧区中低价位消费需求。另外，公司在定制酒、散酒等方面进行了产品线布局和优化，相继设计推出定制酒金玉满堂系列、世义德封坛及小黑文创等，为公司产品布局及价格占位赢得先机。

3、市场拓展

2019年，紧密围绕“扎根青海、立足西北、拓展全国、布点全球”的战略目标，持续推进青稞酒品类发展和市场拓展布局工作。青海大本营市场在原有核心终端基础之上，围绕配置直营专卖店、百家核心联盟商、千家核心终端及万家销售终端的“天网工程”战略，通过引入核心终端联盟商运营模式，并通过产品划定渠道、动销促进支持、产品销售激励等措施，帮助核心终端通过产品品鉴培育的形式实现目标人群的精准锁定、运营和销售。青海省外市场方面，按照立足西北的战略，重点聚焦甘肃、宁夏等西北区域及西藏，着力推进渠道的深度开发。区域其他市场，重点强化了陕西、新疆、北京、河南等区域市场团购型客户的销售培育及样板市场开发。

（二）葡萄酒品类方面

2019年，结合葡萄酒行业发展趋势及中美贸易战等因素影响，公司积极拓展葡萄酒战略发展路径，重点从团队专业化打造及提升、市场布局及拓展、产品结构及定位等方面着手优化，形成了集日常餐酒、中档酒和高端酒全覆盖的产品线。同时重点开发上市MAXVILLE 1974等尖刀产品，打造马克斯威全新品牌形象。致力于让马克斯威发展成为中国葡萄酒爱好者眼中的代表性品牌。

后期公司将采取 C 端思维，通过数字化营销、BC 一体化营销、体验式营销等组合模式，打通贯穿线上、线下、社群的多维度营销格局，致力于打造马克斯威独具特色的商业运作模式。

（三）数字化营销方面

2019 年公司加强线上商城、零售、餐饮、团购及特通渠道等运营，全面深化并统筹布局互联网销售渠道，通过互联网工具赋能终端发展，构建“多渠道引领、持续性消费”的良性发展体系。

（四）中酒网业务方面

2019 年，中酒网通过品牌厂家直接合作，聚焦酱香酒产品板块，优化和淘汰低毛利产品，开展直播带货等精细化和新运营动作的落地，不断提高业务的毛利。

依托西北区域天佑德品牌对终端的掌控力，推进天佑德中酒连锁开店工作，通过互联网工具赋能终端，带动天佑德中酒连锁核心终端联盟的建设。在西北外全国以城市合伙人为核心模式，通过供应链及新零售赋能合伙人，积极推进中酒连锁门店签约。通过线上线下融合的新零售模式，实现中酒连锁在全国范围内的布局。

（五）技术研究方面

报告期内，公司以市场为导向，以产品力“四要素”为核心，以青稞酒品质提升为目标，在酿造工艺优化、酒体质量提升、青稞酒基础研究、青稞酒质量安全与风险监测、标准创新等方面取得了一定突破。2019 年天佑德青稞酒也屡获国际性大奖(其中国际金奖及以上 4 个，银奖 6 个)，特别是在美国旧金山国际烈酒大赛中，天佑德金宝获得单次参赛最高奖项“双金奖 Double Gold”，是中国大陆唯一获此殊荣的白酒产品。2019 年，公司多项研究成果通过权威鉴定，科技进步奖、发明专利数量显著增加，其中两项科研成果达到国际领先水平，四项研究成果获得中国酒业协会或中国轻工业联合会科技进步奖。公司在标准创新方面成果显著，由公司牵头制定了中国酒业协会团体标准《青稞香型白酒》（标准号：T/CBJ2106-2020）已正式实施，为青稞酒走向全国、走向国际，树立“中国白酒第十三大香型”奠定了坚实的基础；2020 年 3 月青海省卫健委对公司主导起草的《青稞酒》地方强制标准进行了立项。2019 年 7 月，经中国酒业协会批准，由公司牵头，正式成立了中国青稞酒研究院，中国青稞酒研究院的成立，将进一步促进中国青稞酒产业发展，为西北地区青稞特色产业的发展壮大以及中国白酒技术进步和多元化发展发挥更大的作用。

报告期内，公司持续加快青稞酒品质提升工作。一是持续通过“人机结合”技术应用提升产品质量的监控能力。二是推行了盘勾工艺，进一步增强青稞酒酒体的绵柔度、协调度和稳定性。三是“风味+健康”研究工作加快推进。构建了青稞酒白酒挥发性风味物质数据库，构建了天佑德青稞酒挥发性风味组分谱和功能性组分谱，绘制出了青稞酒风味轮，明晰了天佑德青稞酒产品的

风味价值和健康价值，诠释了天佑德青稞酒在中国白酒香型中的独特价值。

报告期内，公司在食品安全与质量检验技术方面有所突破，近红外快速检测技术在生产环节得到全面推广应用，大幅度提高了原料、酒醅、成品的检测效率。新技术、新方法、新标准的开发和应用速度加快。实验室线上检测平台开始应用。

（六）企业文化建设方面

企业文化建设持续推进。围绕“持续深入建设企业文化”年度总目标，公司着力打造“学习型组织”与“批判型组织”。公司荣获“2018——2019年度全国企业文化优秀成果”二等奖。为转变干部工作作风，公司要求管理干部深入市场一线、生产一线，了解一线工作实际，加强自我学习与提升，倾听员工声音，发现并改进实际问题，持续优化生产与营销工作。

加强企业“企品”建设，树立企业良好形象。2019年，不断加强企业品牌建设。“品牌、产品、企品、人品”企业“四品形象”持续提升。2019年，由青海天佑德教育基金会发起组织的“青稞行动”百人百万助学公益活动持续进行。共捐赠25所学校，资金支出115万。13家政府单位，14家异业单位共同参与到“青稞行动”中来，形成了社会共同关注，共同参与的良好局面。公司通过“请进来”工作，持续展示公司的实际生产情况，展现了我省民营代表企业的风貌与形象。

积极发挥党委、工会作用。2019年，公司党委、工会将党建工作与员工关怀作为两大工作重点。在党建工作方面，公司党委紧跟中央号召，通过组织召开“不忘初心 牢记使命”主题教育安排部署会，“两弹一星精神”宣讲会等一系列活动，加强党建与党员教育工作。员工关怀方面，2019年度，公司工会积极贯彻落实《公司职工福利管理制度》等制度，开展员工福利发放及员工权益保障工作。

（七）人力资源管理方面

营销团队打造。2019年营销队伍持续向专业化、精细化方向提升。（1）全面加强干部管理，通过年度干部述职考评机制、“任职资格计划”等项目，大力开展人才梯队建设工作，组织实施人才培养工作。（2）营造组织竞争氛围，建立并推进营销人员分级管理体系，体现“能者上、适者留、庸者下、劣者走”的人才使用机制。（3）丰富培训提升能力。基于业务需求，建立能力培养体系，全面培养员工能力并激发潜能，具体包括：新员工入职培训模式升级，持续开展营销培训班等。（4）改进绩效激发活力：2019年继续推进营销人员绩效考核模式优化及探索工作：开展超额提成、月度奖励等多样化激励模式；扩大并完善年度目标责任状机制。

人力资源更新优化。为进一步优化薪酬模式，将薪酬向绩优者倾斜。公司人力资源中心分别组织开展营销人员分级评定与酿造工分级评定工作。根据评定结果，对相关员工薪级工资和技能

工资进行调整，整体的薪酬体系较之前更为完善。

天佑德大学模式升级。天佑德大学结合公司人力资源现状及未来人力资源发展规划，将天佑德大学培训调整为任职资格培训，以二级中层、直属中层、高管层进行了分类，并逐步进行课程分类、学员导师制等培训优化工作。

（八）信息系统建设方面

2019年，是公司信息化建设的提升年，陆续正式上线了WMS仓储管理系统、OA办公自动化系统、预算费控系统、MIS绩效管理系统、品酒及检测系统、E-HR系统，通过信息化平台及工具的使用，企业管理能力全面提升；持续对ERP系统生产模块的原酒动态管理、成本模块的成本核算进行优化；对渠道订单管理、业务员访销管理、门店管理系统进行功能与营销业务的融合，并全面推广到所有销售公司和各事业部；推进公司的产品溯源平台建设包括包装车间产线改造、二维码产线关联、产品溯源视频图片等文件制作、产品溯源移动端信息3D展示等，实现一粒好粮的原粮追溯、一滴好酒的生产工单及质量指标追溯，为公司的质量管理、品牌口碑宣传赋能。

搭建公司层面的主数据管理平台，统一各个业务系统的主数据标准，实现主数据的统一下发和同步，实现各个业务系统间的数据集成，打通信息传递的壁垒，并为以后的大数据平台建设打下基础。

二、报告期内董事会主要工作情况

（一）董事会会议召开情况

2019年度，公司董事会共召开7次会议，召开情况如下：

（1）2019年1月22日，公司董事会召开第三届董事会第二十次会议（临时），会议审议通过《关于公司2019年度日常关联交易预计的议案》；

（2）2019年2月1日，公司董事会召开第三届董事会第二十一次会议（临时），会议审议通过《关于子公司与他方共同投资设立新公司的议案》；

（3）2019年4月24日，公司董事会召开第三届董事会第二十二次会议（定期），会议审议通过《2018年度总经理工作报告》、《2018年度董事会工作报告》、《2018年度财务决算报告》、《2019年度财务预算报告》、《2018年度内部控制自我评价报告》、《2018年度社会责任报告》、《2018年度内部控制规则落实自查表》、《2018年度利润分配预案》、《关于会计政策变更的议案》、《2018年年度报告及摘要》、《2019年度董事、高级管理人员薪酬方案》、《关于续聘大信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2019年度审计机构的议案》、《关于公司及子公司使用自有资金购买保本型理财产品的议案》、《关于年产1000吨青稞威士忌项目暂缓实施的议案》、

《关于修订〈青海互助青稞酒股份有限公司章程〉的议案》、《关于制定〈青海互助青稞酒股份有限公司反舞弊管理制度〉的议案》、《关于修订〈青海互助青稞酒股份有限公司子公司管理制度〉的议案》、《关于修订〈董事会提名委员会工作细则〉的议案》、《2019年第一季度报告》、《关于召开2018年度股东大会的议案》；

(4) 2019年6月14日，公司董事会召开第三届董事会第二十三次会议（临时），会议审议通过《关于调整2019年度日常关联交易预计金额的议案》、《关于向控股子公司增加财务资助额度的议案》、《关于向公司股东赠送品鉴产品并征集意见的议案》；

(5) 2019年8月23日，公司董事会召开第三届董事会第二十四次会议（定期），会议审议通过《2019年半年度报告及摘要》、《关于会计政策变更的议案》；

(6) 2019年10月28日，公司董事会召开第三届董事会第二十五次会议（定期），会议审议通过《2019年第三季度报告》、《关于子公司终止〈甘肃中酒商业管理有限公司合作协议〉的议案》、《关于会计政策变更的议案》；

(7) 2019年12月23日，公司董事会召开第三届董事会第二十六次会议（临时），会议审议通过《关于向青海天佑德教育基金会捐赠的议案》、《关于公司2020年度日常关联交易预计的议案》、《关于聘任公司证券事务代表的议案》。

（二）董事会召集召开股东大会情况

2019年度，公司董事会共召集召开一次股东大会。

2019年5月20日，公司召开2018年度股东大会，会议审议通过《2018年度董事会工作报告》、《2018年度监事会工作报告》、《2018年度财务决算报告》、《2019年度财务预算报告》、《2018年年度报告及摘要》、《2018年度利润分配预案》、《2019年度董事、高级管理人员薪酬方案》、《2019年度监事薪酬方案》、《关于公司及子公司使用自有资金购买保本型理财产品的议案》、《关于续聘大信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2019年度审计机构的议案》、《关于修订〈青海互助青稞酒股份有限公司章程〉的议案》。

（三）董事会下设专门委员会召开会议情况

报告期内，公司各专门委员会严格按照《董事会战略与决策委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》开展工作。同时，在实际工作中切实推动各专门委员会有效运作，发挥职责。董事会下设的战略与决策委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会，均根据各专门委员会工作细则，做到了为董事会的决策提供科学和专业的意见。

1、董事会战略与决策委员会履职情况

(1) 2019年2月1日，公司董事会战略与决策委员会召开会议，审议通过了《关于子公司与他方共同投资设立新公司的议案》。

(2) 2019年4月22日，公司董事会战略与决策委员会召开会议，审议通过了《关于公司及子公司使用自有资金购买保本型理财产品的议案》、《关于年产1000吨青稞威士忌项目暂缓实施的议案》。

(3) 2019年6月12日，公司董事会战略与决策委员会召开会议，审议通过了《关于向控股子公司增加财务资助额度的议案》、《关于向公司股东赠送品鉴产品并征集意见的议案》。

(4) 2019年10月25日，公司董事会战略与决策委员会召开会议，审议通过了《关于子公司终止〈甘肃中酒商业管理有限公司合作协议〉的议案》。

报告期内，董事会战略与决策委员会认真履行职责，在公司对外投资、委托理财等重大事项上提供专业意见。

2、董事会审计委员会履职情况

(1) 2019年1月22日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《关于公司2019年度日常关联交易预计的议案》。

(2) 2019年2月27日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《2018年度财务报表》、《2018年度审计总结》、《2018年第四季度审计总结及2019年第一季度审计计划》。

(3) 2019年4月22日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《2018年度财务决算报告》、《2019年度财务预算报告》、《2018年度内部控制评价报告》、《关于续聘大信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2019年度审计机构的议案》、《2019年第一季度财务报表》、《2019年第一季度审计总结及2019年第二季度审计计划》。

(4) 2019年6月12日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《关于调整2019年度日常关联交易预计金额的议案》。

(5) 2019年7月19日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《2019年第二季度审计总结及第三季度审计计划》。

(6) 2019年8月22日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《2019年半年度报告》。

(7) 2019年10月25日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《2019年第三季度财务报表》、《2019年第三季度审计总结及第四季度审计计划》、《2020年度审计计划》。

(8) 2019年12月20日，公司审计委员会召开会议，审议通过了《关于公司2020年度日常关联交易预计的议案》。

董事会审计委员会在公司2019年度报告审计期间与年审会计师进行多次沟通，协商确定了公司2019年度财务报告审计工作的时间安排；并与年审会计师及财务部门研究讨论会计政策变更相关事项；审阅了公司财务中心与会计师事务所提交的《2020年度审计工作计划》；审阅了公司财务中心提交的未经审计的财务报表；审阅了会计师事务所提交的《2019年度审计小结》。

报告期内，董事会审计委员会认真履行职责，多次到公司现场考察，听取管理层对本年度生产经营情况、财务状况及其它重大事项的汇报，审议公司审计总结及审计计划；在公司关联交易、续聘会计师事务所等事项上提出专业意见。

3、董事会提名委员会履职情况

(1) 2019年12月20日，公司提名委员会召开会议，会议讨论开始广泛搜寻新一届董事会董事、高级管理人员候选人。

报告期内，董事会提名委员会认真履行职责，研究董事、高管、经理人员的选择标准和程序，审查董事、高管任职资格，在公司聘用董事、高管方面提出专业意见。

4、董事会薪酬与考核委员会履职情况

(1) 2019年1月21日，公司董事会薪酬与考核委员会召开会议，对2018年公司董事及经理人员的工作绩效进行考核评价。

(2) 2019年4月22日，公司董事会薪酬与考核委员会召开会议，审议通过了《2019年度董事、高级管理人员薪酬方案》。

报告期内，董事会薪酬与考核委员会认真履行职责，对公司制定董事、高级管理人员的考核标准提出意见，制定、审查公司董事、高级管理人员的薪酬政策与方案，并依照考核标准及薪酬政策与方案进行考核。

三、未来发展展望

(一) 未来发展战略

公司坚持以青稞白酒为核心业务，支撑企业长远发展与业绩增长。同时积极创新青稞酒新品类，培育葡萄酒消费市场，积极应对消费者选择多样性和消费升级的大趋势。坚守青稞酒信仰，打造白酒新品类。将天佑德青稞酒品牌打造成为青藏文化的代表；紧紧围绕青稞与青稞酒的稀缺性和健康属性，将天佑德青稞酒打造成为中国白酒的独特品类。青稞+白酒、风味+健康、销售+

数据、时间+空间、文化+活力成为公司战略核心点。聚焦“天佑德”核心战略品牌，重新赋能其他支撑性战略品牌。“天佑德”作为核心战略品牌，是公司全国化战略的主打品牌，“互助”、“八大作坊”、“永庆和”等支撑性战略品牌作为青海省内运作品牌。公司将采取“大产品线”模式，天佑德品牌产品线主要以国之德、出口型、星级系列为主。逐步将国之德打造为公司主形象产品，提升品牌形象。

（二）下一年度经营计划

1、青稞酒品类方面

继续坚持青稞酒主营业务不动摇，以“区域聚焦战略”为核心，稳步构建核心社会关系网络体系，通过核心意见领袖消费引领，不断夯实青海根据地市场消费基础及销量提升路径；以“青甘一体化”营销战略推进为主线，通过公司核心资源前置和倾斜，大力开拓甘肃及西北区域市场；以青海省委省政府“青稞振兴计划”实施为契机，推动企业转型升级和技术创新，不断推进经营管理能力和酒体品质提升。

从产品、渠道、品牌等方面着力构建天佑德青稞酒深度发展脉络体系。第一，持续推进产品“精简化”，按照公司“五大品牌”不同战略定位，对现有产品结构进行全面梳理，不断突出和强化天佑德品牌的核心地位，同时在青海市场对互助、八大作坊、永庆和等战略支撑品牌进行梳理和赋能，此外，设计开发不同品牌间个性化和差异化的酒体风格，以迎合各品牌目标消费人群的多元化、多层次饮酒需求，以此提升品牌好感度和产品竞争力。第二，持续加大渠道“开放化”，公司将在现有渠道基础上大胆探索推进新渠道、新模式，加强对于现有核心渠道的精耕细作，提升多渠道协同和管控能力，不断优化渠道运营管理体系，实现渠道管理升级和营销能力突破；同时，坚定执行“三盘联动”消费者培育模式，围绕“核心产品、核心价格、核心终端、核心团购、核心消费者、核心社会关系”等“六个核心”，为天佑德品牌和产品更好发展赋能。第三，持续推动品牌传播“互联网数字化”，随着短视频、直播等新型沟通传播形式及工具的崛起，公司将充分利用直播平台打造“透明工厂”，全面透明展现公司从原粮种植、收储、酿造、灌装、物流等全环节，让消费者放心消费。同时，逐步减少传统媒体的硬广投放，加大优质内容产出和传播，不断提高青稞、青稞酒和天佑德青稞酒的知晓度和认可度。第四，持续推进天佑德小瓶酒“全国化布局”，不断强化小黑青稞酒品质小酒的定位，探索创新营销模式，充分利用互联网数字化工具，实现对终端从业者和核心消费者的数字化管理，并逐步实现消费者流量私域化，进而转化其口碑传播和分销的价值；同时，继续夯实西北根据地市场，重点突破兰州和西安市场，战略培育广州和长沙市场，坚定践行青稞酒品类和天佑德品牌全国化“急先锋”的角色定位。

2、葡萄酒品类方面

立足美国纳帕葡萄酒庄园产地优势及马克斯威品牌优势，未来公司将继续坚定不移战略培育马克斯威葡萄酒业务，坚持“白酒+红酒”战略推广不动摇。其中，以青海为核心市场，整合公司瓶装白酒渠道推广网络和资源，推进新型社群化营销模式，以纳帕酒庄之旅强化体验式营销。此外，继续推进实施精准化招商，构建全国经销覆盖体系；深化电商平台合作，开创新型销售模式；探索定采模式销售，强化葡萄酒定制业务创新力度。

3、新零售业务方面

基于销售模式变迁及营销思路转化需求，公司将积极构建天佑德青稞酒消费者数字化运营模式，通过互联网渠道获取丰富的消费者画像信息，完善公司会员营销管理体系，打造公司与消费者和会员客户的有效互动场景，为公司消费者有效深度运营赋能。以互联网及大数据平台为支撑，为核心终端长期健康良性发展保驾护航。

4、技术研究方面

(1) 在新产品开发方面，2020 年度，公司将继续围绕青海本地、西北、全国以及国际市场，开发适销对路的新产品，并在青稞酒品类创新方面持续开展探索，在青稞酒产品力提升方面进行聚焦。

(2) 在生产工艺研究方面，2020 年度，公司将继续开展大曲品质的提升研究，在曲房温湿度物联网控制系统开发、中高温曲试验、四季制曲及其酿酒适宜性等方面进行探索。公司还将在酿造工艺参数优化、无糠和减糠工艺研究、新工艺、新技术、新设备的应用研究、多种调味酒的工艺研究方面加大力度。

(3) 在基础性研究方面，2020 年度，公司将开展天佑德青稞酒饮用舒适度评价方法应用，完成“天佑德 1 号”候选青稞品种种植与品种登记，并积极开展和国内外各大科研院所的基础性研究合作等。

5、组织优化方面

公司要建立以市场为导向，以客户为中心，以绩效为目标的组织架构，实现组织“扁平化、高效化、快速反应”。以“大前台、中中台、小后台”为导向，将组织资源向市场一线倾斜。

在年度、月度绩效考核基础上进行薪酬调整，一方面，按照员工在超标准或超额完成工作的情况下，设立季度奖金、年度奖金、单项奖金；另一方面，年终奖金以奖金包形式进行集中分配，包含年终奖、年终利润分成、单项奖金等。

结合二级中层及以上领导干部的年度述职考评，并运用 OKR 工具将组织绩效进行再次优化升

级,同时强化横向管控部门的绩效考核与第三方数据的真实性。持续推进工作改善提案激励模式。落实《工作创新管理制度》,鼓励全员运用新方法、新理论、新技术创新生产经营方式,创新产品和服务。

6、信息化优化方面

2020年公司信息化工作是在现有的信息化的基础上持续进行提升,对已上线的ERP系统、WMS系统、OA系统、费控系统、E-HR、MIS系统、品酒及检测系统进行持续优化、功能逻辑的完善;配合公司营销的消费者数字化运营战略,搭建营销SCRM客户关系管理系统,实现获客闭环管理和会员运营闭环管理;支持营销端的渠道销售管理,深度实现云图、云码与业务的融合。

完成各个车间重要生产工序的信息采集。推进公司的产品溯源平台建设,包括剩余的包装车间产线改造,实现所有产品二维码产线关联全覆盖,推进公司产品溯源系统正式上线,完善产品防窜货管理,实现质量可追溯,为营销赋能。

开发SRM供应商关系管理系统,实现采购供应商协同,加强公司采购的规范化管理;实现各个业务系统间的数据集成,打通信息传输的壁垒,开始建设公司的大数据分析平台。

青海互助青稞酒股份有限公司董事会

2020年4月27日