

# 酒鬼酒股份有限公司

## 2021 年总经理工作报告

2021年，是“十四五”开局之年，是建党100周年，也是酒鬼酒新发展阶段中具有特殊重要性的一年。

一年来，酒鬼酒坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，坚决贯彻落实中粮集团党组、中粮酒业党委关于“高质量发展”的总体要求，秉承酒鬼酒人筚路蓝缕、敢为人先的创业精神，激发酒鬼酒新发展阶段的时代引擎，围绕市场开拓、文化跨界、馥郁国标、产能扩建和科技创新等方面开展了一系列有的放矢的经营举措，取得了超历史、超行业、超预算、超预期的经营佳绩，稳步推进了酒鬼酒迈向高质量可持续发展的健康发展道路，打好了“十四五”开局战。

2021年，公司整体经营指标达成情况良好，营业收入及利润快速增长，实现营业收入 34.14 亿元，较上年同期增长 86.97%，实现归属于上市公司股东净利润为 8.93 亿元，比上年同期增长 81.75%。公司盈利能力、营运效率持续改善。

### 一、2021 年主要经济指标

项目	2021 年	2020 年	比上年 增减	2019 年
总资产（元）	6,011,275,281.94	4,337,013,154.32	38.60%	3,228,583,367.04
归属于上市公司股东的 净资产（元）	3,524,196,256.64	2,857,127,424.68	23.35%	2,430,454,325.03
营业总收入（元）	3,414,365,377.23	1,826,171,654.94	86.97%	1,511,902,797.70
归属于上市公司股东的 净利润（元）	893,489,153.57	491,608,304.59	81.75%	299,495,662.80
归属于上市公司股东的 扣除非经营性损益后的 净利润（元）	886,023,411.19	439,705,731.51	101.50%	287,367,419.53

经营活动产生的现金流量净额（元）	1,564,671,058.75	950,153,032.19	64.68%	381,909,590.49
基本每股收益（元/股）	2.7498	1.5130	81.74%	0.9217
稀释每股收益（元/股）	2.7498	1.5130	81.74%	0.9217
加权平均净资产收益率	28.00%	18.63%	9.37%	13.02%

## 二、2021 年主要工作措施及成效

### 1、坚持品牌赋能，实施高端化、圈层化品牌发展策略。

酒鬼酒践行“中国文化酒引领者”使命，建立“精定位，强系统，高平台，活文化”的品牌文化体系，携手文化名人巩固文化定位；携手央视品牌强国工程确立品牌高度；携手《中国国家地理》，组织了《重走大师路—沈从文笔下的百年变迁》、《中国国家地理最美公路—湘西站》大型纪实采风活动，举办了《醉湘西》、《醉西湖》山水人文影像展；与故宫博物院前院长单霁翔携手《万里走单骑》，作为融媒体互动整合营销时代一次全新的尝试，打造了酒鬼酒品牌文化新符号，跨界打造品牌 IP，为“酒鬼”、“内参”品牌的文化属性赋予了新的时代内涵。

举办内参高端文化白酒价值研讨会、“翰林盃”高尔夫精英赛等活动 50 余场，开展“馥郁荟”17 场，举办“名酒进名企”103 场，“馥约”326 场，异业合作 210 场，终端推广 251 场。通过这些活动提升了品牌价值，实现了核心消费者培育和拉动。

### 2、加快全国化进程，强化终端建设，渠道创新与深耕并举。

公司坚持深耕基地市场，突破高地市场，加快推进全国

化布局，客户布局和优商发展成效显著。2021 年签约客户 1256 家（含专卖店），较 2020 年增加客户 473 家，同比增长 60%。

坚定不移推进终端建设，核心终端网点达到 19752 家，同比增长 137%。全国市场地级市覆盖率达 67%，湖南县级市场覆盖率 94%，渠道基本盘得到夯实，核心终端活跃度持续提高，实现了客户规模、质量双提升。

酒鬼酒特色渠道创新模式初显成效，全国实现专卖店 590 家，同比增长 134%。组建新零售业务发展部，电商渠道实现销售收入 2.22 亿元，较上年增长 53%，创新驱动成效明显。

3、加强供应链管理，基酒产能充分释放，包装产能大幅提升。

公司积极推动精益生产，强化设备技术改造，通过恢复 300 个老窖池的生产，基酒生产能力达到 1.02 万吨，增加包装生产线及包装人员，包装量达 1.55 万千升。基酒、大曲产能充分释放，包装产能大幅提升。

2021 年实现基酒产量 10216 吨；实现包装产量 15980 吨，较上年增长 69%。加大原材料质量把控，基酒优质品率得到了显著提升。同时注重成本控制，实现节能降耗。强化安全生产，加强环境保护，污染物排放量均有下降，符合国家及地方排放标准。

4、坚持科技创新，馥郁香型正式成为中国白酒十一大国标香型之一。

公司成立技术研发中心，组建质量技术管理委员会，与中粮营养研究院、中国发酵研究院战略合作，坚持传统酿造与现代化管理相结合，不断精进馥郁香型酿造工艺标准，坚持酿造工艺、环境、检测等全方位深度研究，科学表达体系成果斐然。

2021年2月，酒鬼酒公司检测中心获得中国合格评定国家认可委员会“CNAS国家实验室”认可，成为湖南省首个白酒生产企业通过该认定的实验室。至此，酒鬼酒公司出具的相关检测报告允许使用“CNAS”认可标识，具有国际权威性和互认性。

2021年3月，国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）发布了《中华人民共和国国家标准公告（2021年第3号）》。其中，由酒鬼酒公司主导起草编制的《GB/T10781.11—2021白酒质量要求第11部分 馥郁香型白酒》位列其中，馥郁香型正式成为中国白酒十一大国标香型之一。《馥郁香型白酒国家标准》的发布，开启了馥郁国标新纪元。

5、加速推进重点工程项目建设，打造酒鬼酒馥郁香型核心产区。

公司加快推进新建生产三区项目、生产二区酿酒车间改建项目一期工程建设。二区一期工程预计2022年完成建设投产，建成后将新增0.2万吨馥郁香型基酒产能。新建生产三区占地面积328亩，总投资额23亿，项目预计2023年完成全部建设，建成后将新增1.08万吨馥郁香型基酒产能，1.78万吨基酒储存能力。届时公司基酒总产能将达到2.28

万吨/年，满足公司发展规划的战略需要。

#### 6、推进机制创新，强化组织赋能。

公司以“育人才”为根本，畅通“最先一公里”；“以引人才”为关键，打通“最难一公里”；“以用人才”为导向，联通“最后一公里”，搭建人才发展通道，建立关键岗位后备人才库，开展岗位技能、企业文化、管理提升等全方位内训外训课程。联合中南大学、湖南大学、吉首大学建立人才培养基地，实现人才双向交流。2021年，酒鬼酒公司人员年龄结构、学历结构实现大幅优化，为企业高质量发展构建人力资源保障体系。

公司积极推进激励机制、考核约束机制、分配机制、选人用人机制的创新和改革，建立以绩效和价值为导向的长效机制。进一步加强人员梯队建设，引进专业人才，合理优化队伍，促进队伍年轻化、专业化。加强日常监督，合理授权，提升工作效率。

#### 7、投身乡村振兴产业联动，积极履行社会责任。

公司积极投身湘西乡村振兴和公益事业，2021年，公司坚持实施产业助力乡村振兴模式，面向乡村振兴定点帮扶点马王溪村鑫隆陶瓷厂以及湘西其他本土企业的陶瓷、包材采购额度4.12亿元，带动相关企业实现就业2300人，为盘活湘西州陶瓷包材产业，持续助力乡村振兴注入活力。酒鬼酒荣获“中粮集团脱贫攻坚先进集体”，“湖南省五一劳动奖状”、“湘西州社会扶贫先进集体”等荣誉称号。

### 三、2022年经营计划

## （一）战略思路

2022 年酒鬼酒将以“高质量的高增长”为目标，坚持以品牌引领、强化创新驱动、深化厂商共建、完善产能布局为主线，以“打造基地、突破高地、深度全国化”为市场策略，加快推进“十四五”战略目标的全面达成。

## （二）2022 年主要举措

1、文化创领，高举“中国文化酒”旗帜，践行“中国文化酒引领者”使命。将酒鬼酒文化特质不断放大，不断延伸，上升到中华文明守护者、传统文化传播者的高度。

2、创新驱动，通过持续性的科技研发投入，不断提升对馥郁香独特工艺价值、酿造技术迭代价值的认知，丰富科学表达，让馥郁香的魅力能够为用户感知、触摸。完善从产品定位、卖点提炼、设计开发、价值链管理到市场策略的完整逻辑链条，提高产品管理能力。

3、市场深化，做强基地市场，突破高地市场，深度开展全国化布局，努力打造 15 亿级大本营市场，建设 10 个亿元省级市场，打造 3 个 5 亿以上基地市场。实现大本营市场核心终端“精耕细作”，提升渠道掌控力。

4、优商成长，坚持大商优商发展策略，实现客户数量快速突破，提高客户满意度、优商忠诚度。

5、聚焦单品，通过营销资源的合理配置、渠道模式的创新，强化大单品形象的打造，给消费者清晰的形象认知，坚决限制、减少低效 SKU，打造价值精品。

6、系统制胜，酒鬼酒的增长动力从过去两年的营销“单

点成功”向前台、中台、后台“全面开花”转变。在保持以往的经验、动力、热情、团队冲劲的基础上，更多加强核心能力建设，提升系统运营效能。

酒鬼酒股份有限公司

2022年4月28日