

安徽古井贡酒股份有限公司

2024 年度董事会工作报告

2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，是古井发展历程中浓墨重彩、承上启下的关键一年。公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面学习贯彻党的二十大和二十届三中全会精神、习近平总书记考察安徽重要讲话精神，深入贯彻新发展理念，培育壮大新质生产力，在全体股东的支持和信任下，紧密围绕公司战略目标，坚持创新驱动与稳健经营，埋头苦干、少说多干、真抓实干，各项经营指标稳健增长。

2024 年度，公司实现营业收入 235.78 亿元，同比上升 16.41%；归属于母公司净利润 55.17 亿元，同比上升 20.22%；每股收益 10.44 元，同比上升 20.28%；经营活动产生的现金流量净额 47.28 亿元，同比上升 5.15%。

一、报告期公司总体经营情况

（一）品牌求美，求美强企

持续聚焦“央视”“高铁”两大媒体，深耕“春晚”IP，特约播出央视春晚、元宵晚会和地方春晚，冠名诗词大会，提升品牌知名度和美誉度。“古井贡酒·年三十”作为中国年酒贡贺春节申遗成功，不断将白酒与春节深度关联，持续丰富中国年文化内涵，彰显“中国酿，世界香，古井贡酒·年份原浆”品牌理念。经第十六届华樽杯中国酒类品牌价值评比，古井贡品牌价值再创新高达3,757.56亿元，古井品牌影响力持续扩大。

（二）品质求真，求真兴企

公司深入推进大品质工程建设，着力强化品质管理，严格落实品质管控纲要，以矩阵式质量管控体系全面落实“135精益质量”管理模式，强化从粮食育种到产品出厂全过程、全链条质量管控，实现全

年量质双升。从严执行生产工艺，严把过程控制，精细操作各生产环节，灌装自动化项目稳步推进。

（三）品行求善，求善安企

公司致力“农头工尾”，加大“订单种植”，发挥白酒产业链“链主”作用，带动上下游企业价值共创。古井贡酒·年份原浆亮相第二届中国国际供应链促进博览会，向世界展示白酒产业如何以“含绿量”提升发展“含金量”。

（四）科技创新，持续提升科研能力

携手名校大师、行业专家，统筹“四院一室”（中国白酒健康研究院、古井贡酒·年份原浆粮食研究院、古井贡酒·年份原浆品质研究院、古井贡酒·年份原浆文化研究院、安徽省固态发酵智能酿造技术重点实验室）深度运作，不断提高产学研成果的转化与应用，科研成果丰硕。1项科技成果获中国酒业协会科技进步二等奖，1项科技成果通过中国轻工业联合会科技成果鉴定并获国际领先评价，3篇科技论文分别获中国酒业协会科技进步优秀论文奖一等奖1项和三等奖2项。

（五）数智驱动，持续推进产业升级

数字赋能营销，构建统一销售门户，集成营销子系统，实现一站式业务办理，提升便捷性和使用效率，实现核心业务稳定顺畅，保障旺季无忧。夯实两大数据底座，聚焦营销与供应链实时分析，开启生产运营从经验到量化、以“数”说话、以“智”洞察的数字化决策新模式，提升管理精度和运营效率。推动数字转型，深入推进数字技术与生产制造深度融合，打造古井5G全链接透明工厂，锻造白酒“绿色酿造·智能制造”新质生产力，推动传统制造向数智化制造转型。

（六）改革创新，持续推进企业深化改革激发新活力

深入推进任期制、契约制等改革走深走实。活化竞聘与考评机制，推行“一岗一方案”，实现基层管理人员及一般工作人员100%竞聘上

岗；活化薪酬分配与绩效考核机制，进一步完善基层管理人员考核制度与实施细则，实现考评结果的刚性兑现；活化挂职轮岗、内部退出及不胜任调整机制，实现员工能进能出。

（七）党建引领，持续履行企业社会责任彰显新担当

认真学习贯彻党的二十届三中全会精神和习近平总书记考察安徽重要讲话精神，推进各级党组织学习宣传、贯彻落实。扎实开展党纪学习教育，完成党纪学习教育工作动员部署会、读书班专题辅导报告会、专题党课报告会。持续营造和谐共赢的企业生态圈，为相关方创造更大效益。

（八）报告期内，公司还存在以下压力和不足

- 1.消费需求不足，居民消费降级；
- 2.品牌影响力还需进一步增强；
- 3.内部管理上仍需深化改革、提升效率，企业内生动力需要进一步激活。

二、报告期内董事会日常工作情况

（一）董事会的会议情况和审议通过的主要事项

报告期内，公司董事会共召开了 4 次会议，会议主要审议通过了公司 2023 年度利润分配预案、公司 2023 年年度报告及摘要、公司 2023 年度内部控制自我评价报告、公司 2024 年第一季度报告、公司 2024 年半年度报告及摘要、公司 2024 年第三季度报告等重大事项。

（二）董事会对股东大会决议执行情况

报告期内，公司董事会根据《公司法》《证券法》和《公司章程》等有关法律法规、规章制度的要求，严格按照股东大会的决议和授权，认真、及时执行股东大会通过的各项决议。

三、公司治理结构情况

公司成立以来，严格按照《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上市公

司规范运作》和《上市公司独立董事管理办法》及其他相关的法律法规、规范性文件的原则和要求，在实践中不断完善法人治理结构，规范公司运作。

报告期内，公司按照《企业内部控制基本规范》与《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等文件的要求，开展了内部控制活动，进一步完善了内部控制体系，促进了公司规范运作和健康发展。董事会、监事会、经理层等机构严格按照规范性运作规则和内部管理制度的规定进行经营决策、行使权利和承担义务，确保了公司在规则和制度的框架中规范运作。

报告期内，公司严格按照深圳证券交易所的相关规定，本着“公开、公平和公正”的原则，认真、及时地履行了公司的信息披露义务，并保证了公司信息披露内容的真实、准确和完整，没有出现任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，使公司所有股东均有平等的机会获得公司所公告的全部信息。

综上所述，公司建立起符合上市公司要求的公司治理结构，公司治理的实际状况符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件要求。

四、公司对未来发展的展望及新年度经营举措

（一）公司所处行业发展前景

1. 存量竞争时代，降速成行业共识

在宏观经济周期和产业分化的多重因素叠加下，白酒行业已告别过去的高速增长期，从过去的放量增长逐渐转向结构增长。2024年白酒行业面临产能过剩、库存高企、价格倒挂、内卷激烈等问题，同时全国白酒产量呈连年下降趋势。在人口增长逐渐放缓与行业存量竞争的双重影响之下，降速发展成为白酒行业共识。

2.产品主义回归，从“规模扩张”向“价值深挖”转型

白酒行业正经历“产品主义回归”的趋势，强调以产品品质为核心竞争力。酒企通过极致追求产品品质、精准把握消费者需求以及深度挖掘文化内涵来巩固市场地位。2025 年各大白酒企业以及白酒产区政府也顺势而变，提出了更多具有针对性、具体性的政策措施，促进白酒行业从“规模扩张”向“价值深挖”转型。通过推动产业链协同共进，助推产区高质量发展，同时坚定不移拓展市场，促进白酒产业稳健增长。

3.融合发展趋势明确，打造“白酒+”消费新模式

推动“卖酒向卖生活方式转变”正成为当前白酒行业融合发展的生动写照，场景消费、情绪消费、品质消费正愈发引发消费者共鸣。面对存量竞争，白酒产区、企业需要打造“白酒+”消费新模式、新场景，以切实提升产区及企业的品牌影响力。通过打造沉浸式体验消费场景，将品牌和文化深度融合，创造一种全新的消费体验。

4.数字化转型加速，“人工智能+”将驱动酒业发展升级

科技的进步日新月异，新技术不断渗透白酒产业链，“人工智能+”正以其强大的能力，赋能酒业当下及未来发展，如白酒品牌可以通过深度数据挖掘与消费者行为分析，追踪年轻消费者的购买偏好、社交动态与潮流趋势。AI 技术的加持，不仅能帮助白酒品牌精准预测消费者年龄、地域、性别等趋势，还能根据个体化需求动态调整营销策略。

5.国际化进程加快，打开融入世界市场发展新局面

2024 年，我国酒类出口总额实现 19 亿美元，同比增长 6.0%；出口总量 7.5 亿升，同比增长 5.1%，其中白酒继续领跑，成为出口酒第一大品类。2025 年政府工作报告中提出，要扩大高水平对外开放，积极稳外贸稳外资，这对中国酒企“走出去”而言是重要的发展机遇。

酒企出海或将在政策与战略共同加持下，迎来集中发力年。

（二）公司发展战略

1. 坚定不移推进“战略 5.0、运营五星级”方略

全面践行战略 5.0，让“以用户为中心”的思维在公司得到全面、深入的贯彻。扎实打造“运营五星级”，增强合力，提质增效，优化服务，促进企业健康高效运行。

2. 坚定不移推进改革创新战略

深入推进营销创新、技术创新和机制创新，催生企业内生动力。

3. 坚定不移打造“人才高地”战略

加大招才引智力度，建立柔性引才借智机制。创新人才培养模式，自主培养开发与吸纳引进并举。

（三）2025 年度公司经营计划

营业总收入较上年度实现稳健增长。

（四）公司面临的风险

- 1.全球贸易保护加剧，外部环境变化带来的不利影响持续加深；
- 2.行业分化加剧，动销缓慢，价格不稳，市场消费遇冷，进入新一轮调整期。

（五）经营举措

1.品牌建设方面

继续坚持“高举高打、举外打内、内外并举”，主动牵手主流媒体，用好融媒体，壮大古井声音，充分利用短视频、直播等平台提升品牌活跃度。发挥数字营销作用，通过更多产品引流，形成产品合力，推动线上、线下渠道深度融合，增加产品曝光度。强化品牌推广，强化消费者认知，优化升级受众体验，形成全国性品牌势能，全方位塑造品牌价值，提升古井品牌的文化厚度、人文温度和体验深度。

2.市场营销方面

继续锚定“全国化、次高端”战略，坚持“插旗、打井、育户、

上量”实施路径，再推“三通工程”，落实“抓动销、去库存、拓渠道、稳价格”十二字方针。稳住存量市场，开拓增量市场，织密渠道网，扩大覆盖面，寻找新空间。深化与经销商合作，加大渠道建设力度，携手实现互利共赢的良好局面。

3.生产管理方面

持续提升从原料供应到生产质量全链条、各环节“古井标准”的先进性和适用性，酿出极致美酒，实现美酒价值共创共享。加快形成“田间—车间—实验室—市场”的良性互动，围绕香型、产区等优势，不断提升产品表达体系，提高消费者的认可度、满意度。强化产品品质的稳定提升，着力构建“品价匹配”的价格体系。统筹“四院一室”深度运作，利用合作院校、科研院所资源，为古井提供强大的科研人文保障，促进研究成果更好转化。

4.数字化建设方面

加快数字化古井建设，增强数字化管理能力，提升数字营销水平，优化数字化生产模式。搭建智慧电能综合管理平台，建设微电网，实现公司电力系统的智能化、精益化管理。推进 AI 大模型技术的场景化应用，进一步提升监控效率和智能化水平。建立古井原粮种植基地智慧管理平台，系统管控原粮种植过程信息，确保原粮种植过程规范管理、数量准确、品种纯正、安全可控、可信、可追溯。

5.安全环保方面

加强各生产环节管理，确保食品安全；深入推进安全生产治本攻坚三年行动，确保生产安全，做到长效管理，确保实现“四无”目标。践行绿色、低碳生产，系统推进节能降耗，确保达标排放。

6.内部管理方面

进一步破除体制机制障碍，释放组织与个人的内在潜力和活力，着力打造“敏捷型组织”，落地育人战略，深化“两池两道”，实施传承计划、英才计划等，形成“引、育、用、留”的人才管理体系，推

动企业高效运行。优化组织结构、完善管理制度、创新激励机制，激发员工的积极性和创造力，不断提升组织的整体效能。

7.企业文化建设方面

继续坚持“文化搭台、经营唱戏”，将产品内涵、文化价值、消费者情感与品牌故事相结合，触动消费者的内心。以“真善美天”为价值内核，打造“三正生态”，推动企业文化及酒文化创造性转化、创新性发展，让文化赋能产品力。

2025 年，公司将更加紧密团结在以习近平同志为核心的党中央周围，在亳州市委市政府的坚强领导下，发扬“敢为人先、爱拼会赢”

“人生能有几回搏”的精神，继续保持昂扬的斗志，坚定古井人的初心，坚守古井铁军的意志，敢想敢干，迎难而上，继续和全体股东一起书写古井的新篇章，为全体股东创造更多的回报。

安徽古井贡酒股份有限公司

董 事 会

二〇二五年四月二十八日