



贵州茅台酒股份有限公司
KWEICHOW MOUTAI CO.,LTD.

2024

环境、社会及治理(ESG)报告

贵州茅台酒股份有限公司

MOUTAI

目录

关于本报告	03	企业价值观	09	可持续发展	13
董事长致辞	05	2024年度荣誉（部分）	11	ESG管理体系	13
走近茅台	07			重大性议题识别及判定	17
公司概况	07			利益相关方沟通	19
企业文化	08				



于自身治理现代

公司治理	23
商业道德	36
科技创新	41
可持续供应链	49



与自然和谐共生

气候变化应对	57
资源高效利用	66
保护绿色环境	81

未来展望	128
上交所内容索引	132
ESG政策与法律法规	133



与社会价值共享

产品和服务质量	95
员工管理	109
健康与安全	116
公益与乡村振兴	123

ESG数据表	137
意见反馈	141

关于本报告

组织范围

本报告覆盖贵州茅台酒股份有限公司及其下属单位。为了便于表述，本报告中“贵州茅台酒股份有限公司”以“贵州茅台”“茅台”“公司”“我们”表示，控股股东中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司以“茅台集团”表示。

时间范围

2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，为保证信息的延续性，部分内容适当追溯以往年度。

发布周期

本报告为年度报告，是贵州茅台发布的第四份环境、社会及治理（ESG）报告。

信息说明

报告中的财务数据均来自《贵州茅台酒股份有限公司 2024 年年度报告》，其他信息和数据均来自公司相关统计数据，所涉及货币金额均以人民币为记账本位币。

报告语言

本报告有中文、英文两个语言版本。若内容理解不一致，以中文版本为准。

编制依据

本报告根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制（征求意见稿）》，并参考全球可持续发展标准委员会《GRI 可持续发展报告标准》(GRI Standards)、联合国可持续发展目标（SDGs）等编制。

获取方式

本报告以印刷版和电子版两种形式发布。可通过以下方式获取贵州茅台更多环境、社会及治理（ESG）信息或下载报告电子版。

◎ 贵州茅台官网：<https://www.moutaichina.com/>

◎ 上海证券交易所官网：<http://www.sse.com.cn/>

董事长致辞



以梦为马，不负韶华。2024年，是贵州茅台锐意开拓、破局奋进的一年。面对经济动能转换、行业深度调整、消费市场承压等复杂局面，我们以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神，习近平总书记视察贵州重要讲话精神，全面落实省委、省政府决策部署和省国资委要求，贯彻新发展理念，主动服务和融入新发展格局，践行“顺天敬人 明理厚德”企业核心价值观，推动“共生 共享 共赢”的 ESG 理念与生产经营深度融合，助力茅台高质量发展、现代化建设。

共赢，我们着力优化治理，创造长期价值。我们始终坚守正创新，持续推进国企改革走深走实，围绕战略、预算、流程、绩效、风险等维度，搭建完善的现代企业管理架构，推动茅台企业治理现代化转型取得新成效。持续引入卓越绩效、EFQM 模型等国内外先进管理工具，聚焦文化引领、组织保障、监督评估等重点环节，推进治理体系和治理能力现代化建设，成为 EFQM 新规下首家欧洲质量奖“七钻”中国企业。深入实施“智慧茅台 2.0”建设，持续筑牢全域全产业链数字化发展基座。紧盯关键领域、重点环节，常态化开展合规风险和安

全管理。持续优化 ESG 管理结构，健全 ESG 指标体系，完善披露机制，不断提高 ESG 管理水平，以“长期主义”引领公司可持续发展。

共生，我们坚持绿色发展，实现生态增值。我们深入践行“绿水青山就是金山银山”，坚持生态优先、绿色发展。建立生态环保制度地图，加大新技术新工艺的引进、研发，完善生态环境一体化监控网络，以“节能 降碳 减排 增效”为核心，推动系统性战略布局，走出了科技创新驱动的“双碳”路径，水循环利用率超 87%，厂区空气质量优良率超 98%。持续开展流域微生物、水生物、植物植被的科学研究，全力守护流域生物多样性和稳定性。优化赤水河流域水资源管理，全力守护流域生态。深入推进包装材料绿色变革，借助创新技术提升项目效能，大力推动副产物利用研发，稻草、窖泥、酒糟等酿酒副产物实现 100% 循环利用，固废、危废规范处置率 100%，获授国家“绿色工厂”称号。

共享，我们坚定成果同享，链接社会价值。茅台生长于大山，注定有山一样的责任和担当。近年来，我们大力开展员工职业健康、培训教育等工作，加大员工权益保护、关注员工福祉健康，提升员工获得感、幸福感与价值感。

坚持稳定的现金分红，开展首次股票回购，与投资者密切交流，与股东同频共振。携手合作伙伴，共探供应链运营新路径，共商市场发展新实践。持续开展以“中国茅台·国之栋梁”公益 IP 为统领的系列公益活动，2024 年累计捐资约 1.7 亿元，带动合作伙伴捐资超 5,000 万元。支持第三届合成生物学创新赛等活动，坚持负责任营销、倡导理性饮酒，持续践行品牌责任。

破晓星槎开沧溟，云帆鹏抟正赓续。2025 年，是“十四五”收官之年，也是茅台的“强基固本年”。贵州茅台将坚定不移地沿着习近平总书记指引的方向前行，以匠心守护品质，用创新开拓未来，深入践行“顺天敬人 明理厚德”企业核心价值观，以“酿造高品质生活”为使命，全域贯彻 ESG 理念，在生态环境保护、社会责任履行、企业治理优化等维度持续发力，与股东、消费者、合作伙伴及社会各界共生、共享、共赢，为实现经济、社会与环境的和谐发展贡献更多茅台力量。

贵州茅台酒股份有限公司党委书记、董事长

张亚平

走近茅台

III 公司概况

贵州茅台酒股份有限公司（证券代码：600519）成立于1999年11月，2001年在上海证券交易所上市。公司总部位于贵州省北部风光旖旎的赤水河畔茅台镇，主营茅台酒及系列酒的生产与销售，核心产品贵州茅台酒是我国大曲酱香型白酒的鼻祖和典型代表，集国家地理标志产品、中欧地理标志产品、有机食品和国家级非物质文化遗产于一身，营销网络覆盖国内市场及五大洲64个国家和地区，是香飘世界的中国名片。

贵州茅台秉持“**酿造高品质生活**”的公司使命，从提供美酒到更多元的生活体验，从酿酒到更完善的产业生态，从赤水河谷到更广阔的国内外市场，始终把创造高品质、高效率的价值作为矢志不渝的追求，将高品质贯穿于生产经营管理的各环节，实现顾客高品质体验、员工高品质成长、股东高品质回报、伙伴高品质共赢、社会高品质进步，争当现代化产业体系建设的引领者，在社会高质量发展中发挥重要牵引作用。**致力于让世界爱上茅台，让茅台香飘世界**，打造一流产品质量、一流品牌形象、一流产业体系、一流治理体系、一流创新能力，推动茅台成为产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业，成为影响力广泛、竞争力领先的世界级品牌；让世界认同茅台、喜爱茅台、青睐茅台，使承载着中华千年文化底蕴的茅台芬芳，成为连接不同文明、共享美好生活的桥梁，大道同行，美美与共。**坚持生态优先、绿色发展理念**，统筹发展与保护，构筑起天更蓝、水更绿、山更青的酿造环境，打造出生产空间集约高效、生态空间山青水秀、生活空间绿色低碳的“三生”空间，探索出一条经济发展高质量与绿水青山高质量相辅相成的茅台路径，为美丽中国建设贡献更多茅台力量。2024年，公司实现营业总收入1,741.44亿元，归母净利润862.28亿元，连续9年蝉联“Brand Finance 全球最具价值烈酒品牌50强”【榜首】，并以872.98亿美元的品牌价值位列“BrandZ 最具价值中国品牌100强排行榜”第2位，成为中国最具价值的酒类品牌。

 营销网络覆盖国内市场及五大洲

64 个国家和地区

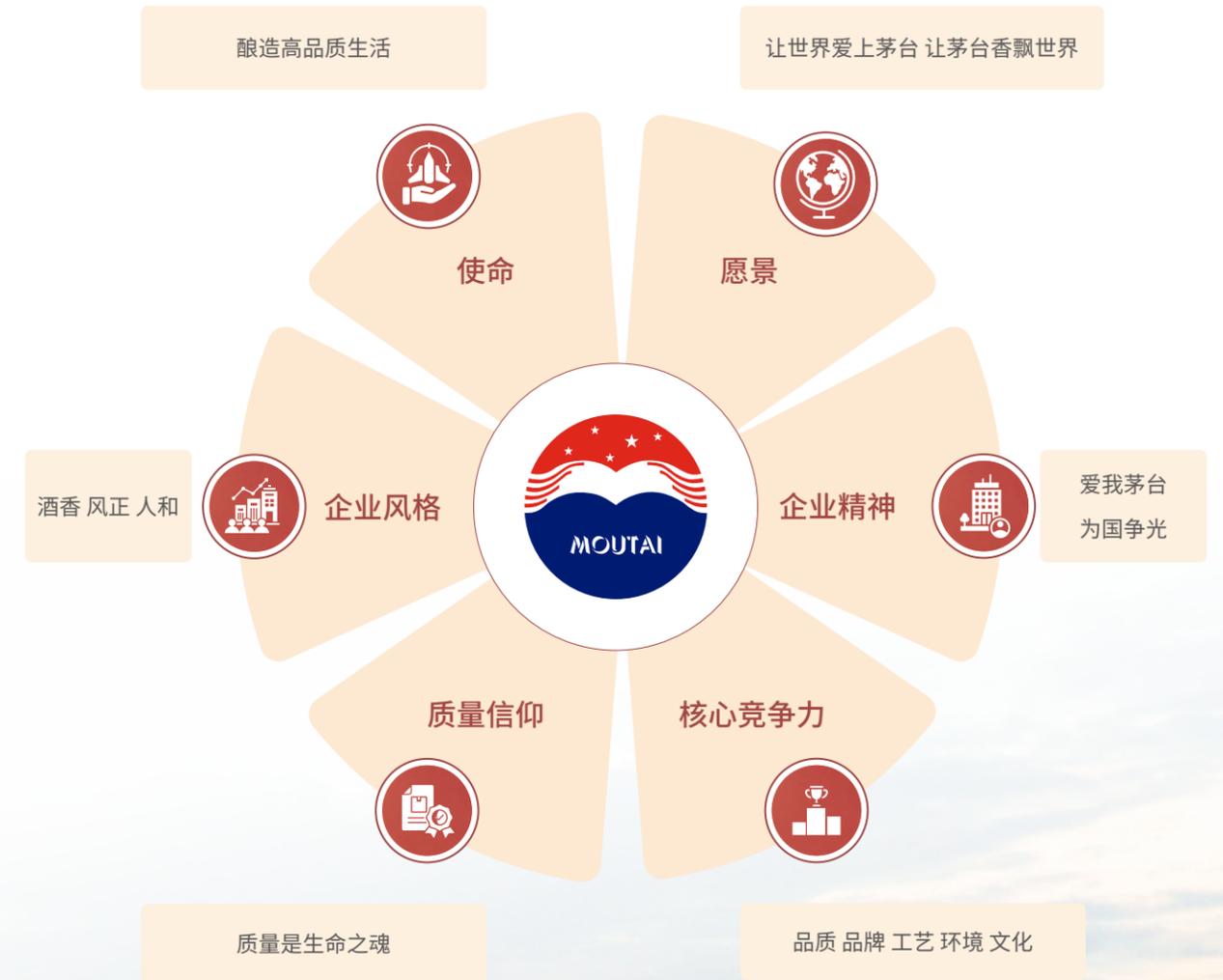
 公司实现营业总收入

1,741.44 亿元

 归母净利润

862.28 亿元

III 企业文化



III 企业核心价值观：“顺天敬人 明理厚德”

茅台生在大山，注定有山一样的责任与担当。坚持顺势顺势，循时间法则、遵时节规律、应时代大势、护生态活力；坚持同创共享，尊重前辈先贤、尊重工匠精神、尊重相关方利益与价值；坚持慎思笃行、明奉公法度、明做人操守、明做事原则；坚持仁心酿酒、厚德修身，厚德铸品，厚德立业。

循时间法则

遵循 5 大工艺流程、30 道工序、165 个工艺环节，历经岁月沉淀。

遵时节规律

顺应天时，承接地利，严格按照“二十四节气”生产作业，成就天人共酿。

应时代大势

善于取势，发展新质生产力，让传承的更传统，让创新的更现代，在传承与创新的平衡中进步。

护生态活力

保护自然生态、酿造生态、商业生态，推动可持续发展、高质量发展。

尊重前辈

铭记前辈历史功绩，保护和弘扬前辈智慧和精神遗产。

尊重工匠

崇尚工匠精神、尊重创新创造，强化企业实践，将工匠精神融入企业生产经营全过程。

尊重相关方

尊重客户、股东、员工、合作伙伴、同行，构建“情感共同体”“命运共同体”“利益共同体”，同创共享，美美与共。

依法合规、廉洁从业、共同营造风清气正氛围。

明法度

求真理、明事理、讲道理、护公理；谦虚做人、谦逊待人，纳谏如流、终身学习。

明操守

持正念、走正道、行正事、求正果；做事有理有度，坚守初心、公正无私、慎言敏行、主动作为。

明原则

厚德修身

弘扬优秀传统美德，恪守商业伦理道德。心系家国，行善利他，完善自我。

厚德铸品

仁心酿酒，原料真、做事真、产品真。

厚德立业

以敬畏之心对待市场，以真诚之心对待顾客，以关爱之心对待员工，以尊重之心对待经销商，以信任之心对待合作伙伴，以感恩之心对待股东，以公平之心对待竞争，以律己之心对待自己。



2024 年度荣誉 (部分)

贵州茅台 2024 年度荣誉表

EFQM 全球奖 (七钻) 暨 “鼓舞人心的文化” 杰出成就奖

欧洲质量管理基金会

国家绿色工厂

工业和信息化部

中国 ESG 上市公司先锋 100 榜单 (2024)

中央广播电视总台

MSCI (明晟) ESG BBB 级 2023

MSCI (明晟)

Brand Finance 全球品牌价值 500 强, 连续 9 年蝉联酒类品牌首位

Brand Finance(品牌金融机构)

Brandz 最具价值全球品牌 100 强, 连续第 7 年蝉联全球酒类品牌价值榜首

Kantar(凯度集团)

Wind (万得) ESG 评级 A 级

Wind (万得)

2023 年度中国酒业协会科技进步优秀论文奖

中国酒业协会

2024 年《财富》最受赞赏的中国公司, 连续 19 年上榜

财富传媒集团

信息披露工作评价 A 级 (优秀)

上海证券交易所

中国食品工业协会科学技术奖一等奖

中国食品工业协会

中国质量技术奖二等奖

中国质量协会

贵州省绿色工厂

贵州省工业和信息化厅

全省优秀组织奖

贵州省国资委

“年度卓越品牌奖” 和 “最具投资价值奖”

证券之星

汉酱酒 (匠心传承) 获 2024 美国 MUSE 国际创意设计大奖铂金奖

IAA (美国国际奖项协会)

可持续发展

贵州茅台将 ESG 理念与公司经营管理深度融合，持续推进 ESG 管理体系建设，提升 ESG 管理水平。

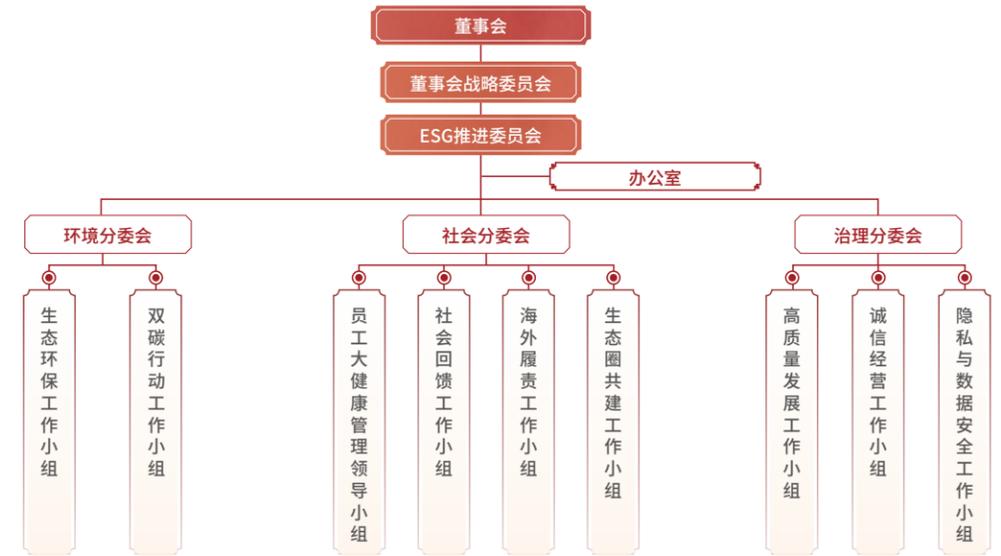
ESG 管理体系

贵州茅台积极构建 ESG 管理体系，涵盖治理、战略、影响评估、风险机遇管理及指标目标设定等板块，强化合规运营，优化治理架构，注重评估监测，加强风险管理，全域、全员践行 ESG 理念。

治理

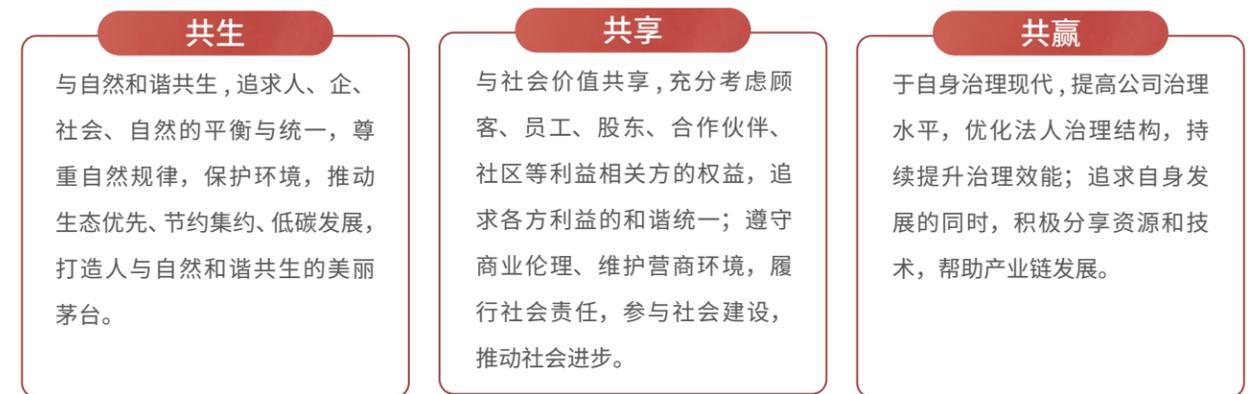
公司建立互通、权责分明的三级 ESG 治理架构，即“决策 - 管理 - 执行”三层，为公司开展 ESG 相关工作提供组织保障。

ESG 治理架构



战略

贵州茅台将 ESG 理念融入公司战略，秉持尊重自然、优化治理、均衡权益、尽责前行的原则，践行“共生 共享 共赢” ESG 理念，全方位探索并打造 ESG 发展的新路径与新样本，推动公司可持续发展。



影响、风险与机遇管理

贵州茅台依据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》要求，将 ESG 风险管理纳入公司整体风险管理流程中，持续提升 ESG 风险管理水平。

公司定期识别与评估各类具有较大影响的 ESG 风险，建立涵盖产品质量、安全生产、应对气候变化、废弃物管理等风险应对制度，并运用信息化、大数据工具建立风险监测流程，积极应对各项 ESG 风险。

指标与目标

贵州茅台围绕公司 ESG 战略布局，搭建起一套具有前瞻性、指向性、可行性的指标体系。此体系严格遵循监管标准，以量化的形式呈现公司在可持续发展中的目标和举措，更好指导公司开展 ESG 实践。

共赢·于自身治理现代

- 开展“一域一图”，梳理出制度 **613** 项，其中基本制度 **6** 项，一级制度 **97** 项，二级制度 **311** 项，三级制度 **199** 项
- 已识别廉洁风险点 **217** 个，共制定防范措施 **441** 条
- 开展 **64** 场廉洁培训活动，覆盖员工超 **34,000** 人次
- 发表学术论文 **26** 篇，其中 SCI 收录 **22** 篇
- 专利申请 **83** 件，专利授权 **49** 件；有效专利 **329** 件，其中发明专利 **79** 件，实用新型专利 **76** 件，外观设计专利 **174** 件
- 保存微生物菌种资源 **8,400** 余株，酿酒原料种质资源-小麦 **150** 份，酿酒原料种质资源-高粱 **775** 份
- i 茅台累计注册用户 **7,386.3** 万人，较去年增长 **2,000** 万人

共生·与自然和谐共生

- 形成《贵州茅台碳达峰碳中和行动方案》，明确了双碳战略实施路线和举措
- 设置碳减排短中长期目标，2025 年单位工业产值二氧化碳排放较 2020 年下降 **20%**，2030 年前实现碳达峰，单位工业产值碳排放较 2020 年下降 **60%**
- 起草行业碳相关标准《白酒企业温室气体排放核算方法与报告要求》(T/CBJ 2206-2024)《白酒产品碳足迹评价规范》(T/CBJ 2207-2024)，目前相关标准已正式发布
- 采购绿电 **12,064.29** 万千瓦时，实现了茅台产区与和义兴产区绿色电力 **100%** 覆盖
- “基于二氧化碳热泵技术的蒸馏系统节能增效降碳综合利用路径示范研究”项目入围了第五批国家重点推广低碳技术目录
- 设定节水目标，短期目标为 2024 年单位产品耗水较 2023 年降低 **5%**，中远期目标为 2026 年单位产品耗水较 2023 年降低 **20%**
- 采用世界自然基金会 (WWF) 水风险过滤器 (Water Risk Filter) 开展水压力评估，明确可能的水风险并采取应对举措
- 2024 年生态发展指数达 **78.41** 分，同比提升 **8.9%**
- 将生物多样性保护写进《GB/T 18356-2007 地理标志产品 贵州茅台酒》国家标准，并与中国科学院生态环境研究中心合作开展示范区植物多样性调查研究工作
- 2024 年，公司新增绿化面积 **10** 万平方米，厂区绿地率达 **49%** 以上，并荣获国家“绿色工厂”称号

共享·与社会价值共享

- ISO 9001 质量管理体系认证、危害分析与关键控制点 (HACCP) 体系认证持续有效运行
- 出厂产品批次检验覆盖率 **100%**，产品监督抽查合格率 **100%**，产品出厂合格率 **100%**
- 质量管理成熟度上升 **10.3** 分，达到 **916.5** 分；产品质量保障指数上升 **1.93** 分，达到 **98.73** 分；飞天茅台酒产品品质评分上升 **0.11** 分，达到 **98.61** 分。指标均稳定保持在卓越水平
- 2024 年荣获质量方面相关奖项 **38** 项，其中国际奖项 **5** 项、国家级奖项 **21** 项、省级奖项 **12** 项
- 在安全生产方面投入达 **2.83** 亿元；安全生产成熟度达到 **97.1** 分，年度职业健康与安全目标均达成
- 客户投诉处理率 **100%**，产品召回事件 **0** 起
- 消费者满意度 **90.3** 分，同比去年增加 **0.7** 分
- 集体合同签订率达 **100%**
- ISO 45001 职业健康与安全管理体系认证覆盖到所有 (分) 子公司
- 安全生产责任险及工伤保险覆盖率均达 **100%**
- 全年共计完成 **64** 款产品的开发工作，更好满足消费者需求



III 重大性议题识别及判定

贵州茅台充分考虑各利益相关方对发展的期望，严格遵循《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告（试行）》中关于双重重要性的合规要求，2024 年首次开展公司范围内的双重重要性议题识别与评估工作。

公司以 2023 年重大性议题矩阵的结果为基础，结合行业发展趋势与资本市场关注，通过与 ESG 议题高度相关的部门（单位）开展访谈、发放利益相关方调研问卷等方式，收集来自董事及高管、员工、供应商等内外部相关方对 ESG 议题的影响重要性与财务重要性的评价，综合判断 2024 年影响重要性和财务重要性议题分布情况，进而形成贵州茅台 2024 年双重重要性议题矩阵。

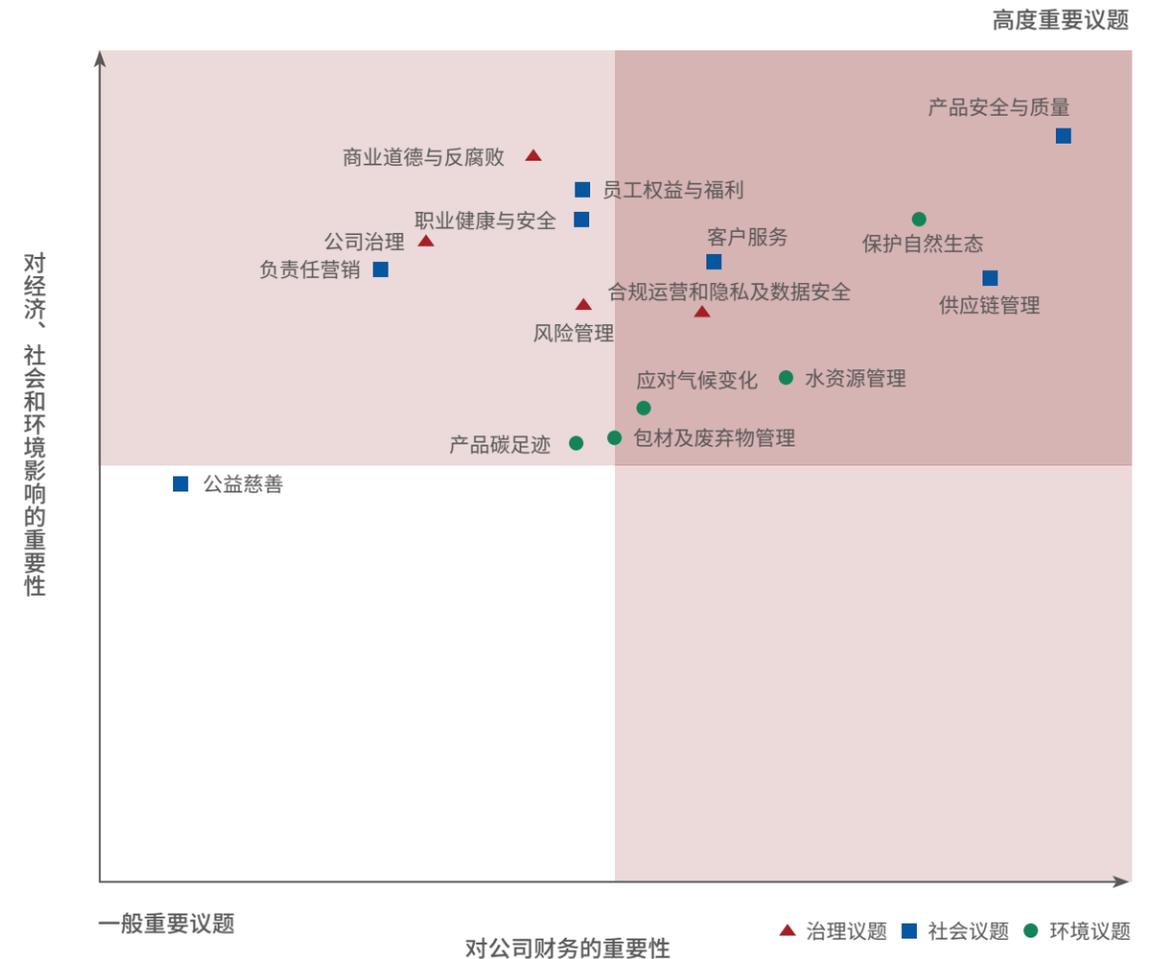
双重重要性议题识别流程



2024 年重要性议题判定结果

环境维度	社会维度	治理维度
<ul style="list-style-type: none"> 保护自然生态 水资源管理 应对气候变化 包材及废弃物管理 产品碳足迹 	<ul style="list-style-type: none"> 产品安全与质量 供应链管理 客户服务 职业健康与安全 员工权益与福利 负责任营销 公益慈善 	<ul style="list-style-type: none"> 合规运营和隐私及数据安全 风险管理 商业道德与反腐败 公司治理

2024 年双重重要性议题矩阵



利益相关方沟通

公司高度重视与利益相关方的沟通，搭建常态化、多渠道的沟通机制，及时、高效回应利益相关方期望，并接受其监督，促进各方之间的合作与共赢，携手探索可持续发展新路径。

利益相关方沟通

利益相关方	期望与诉求 ¹	沟通与回应
 客户	产品安全与质量 客户服务 负责任营销 理性饮酒	矩阵式质量管控，全生命周期质量管理 完善客户服务体系，提升消费者满意度 规范日常营销传播，杜绝夸大虚假宣传 积极倡导理性饮酒、健康饮酒
 股东	合规运营 公开透明 良好回报	优化治理架构，坚守合规底线 完善信息披露，主动沟通交流 加强市值管理，开展股票回购 加大分红力度，积极回报股东
 员工	职业健康与安全 薪酬福利与权益保障 员工培训与职业发展	成立“大健康”工作领导小组，统筹健康与安全工作 健全薪酬福利体系，切实保障员工合法权益 健全人才晋升通道，持续完善员工培训体系

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 合作伙伴	供应链管理 商业道德	构建绿色供应链，推动供应链迭代升级 公开公平采购，完善举报渠道
 行业	行业健康发展 应对气候变化 负责任营销 保护自然生态	建设绿色价值链，推动行业可持续发展 打造行业标杆，加强与同行企业在理性饮酒推广方面合作 打造“三生”空间，共同关注环境生态保护
 政府与监管机构	依法合规运营 保护自然生态 带动地方发展	健全依法治企机制 推动建立赤水河流域生态保护长效机制 依法纳税带动就业，促进地方产业发展

¹ 重点关注议题由贵州茅台双重重要性议题分析结果，结合贵州茅台利益相关方日常沟通工作综合识别得出。



共赢 于自身治理现代

贵州茅台坚持诚信合规经营, 建立健全治理架构, 不断优化公司治理, 加强合规与风险管控, 恪守商业道德, 注重数据安全与隐私保护管理, 推动治理体系和治理能力现代化建设。



- 💧 公司治理
- 💧 商业道德
- 💧 科技创新
- 💧 可持续供应链

公司治理

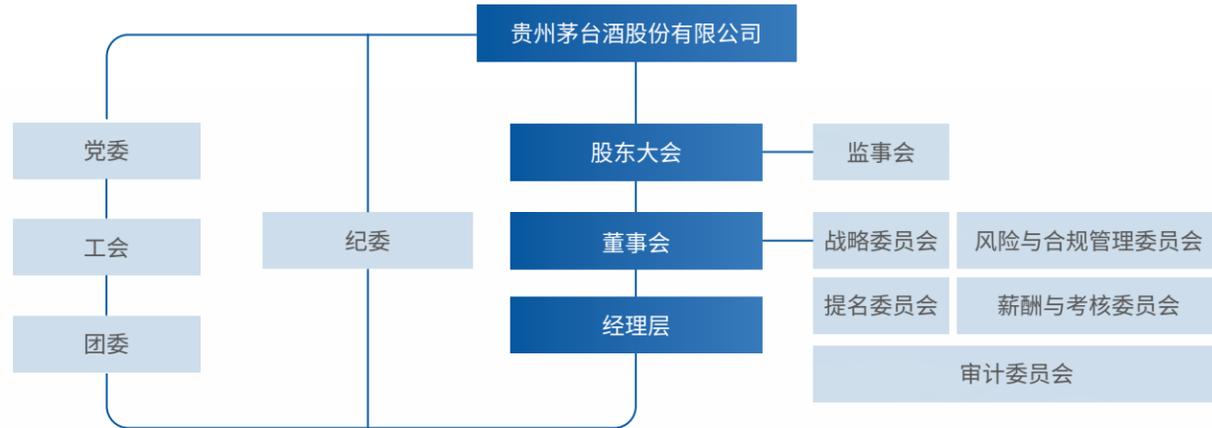
公司坚信良好的治理水平是稳健经营的根基，积极构建权责分明、科学高效的治理架构与体系，不断推进规范化、现代化管理，助力公司可持续发展。

III 董事会管理

公司不断完善治理架构，提升董事会运行有效性，保障决策的科学制定与高效执行。同时，持续优化董事结构，确保董事会的专业性和多元化。

治理架构及机制

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和监管要求，结合公司实际，搭建以股东大会、董事会及其专门委员会、监事会和经理层为主体架构的决策与经营管理机构，形成了各司其职、协调运转、有效制衡的治理体系，充分保障公司高效、科学经营。



公司治理架构



股东大会

- 按照《上市公司股东大会规则》《公司章程》²《公司股东大会议事规则》等要求召开；
- 负责开展会议通知、会议召开、会议表决等工作，保障股东享有平等地位并有效行使其知情权、参与权、质询权、表决权等股东权利；
- 2024 年，公司共召开股东大会 2 次。



董事会及其专门委员会

- 作为股东大会决议的执行机构和公司经营管理的决策机构，根据《公司法》《公司章程》等规定的法定职权和股东大会授权，有效发挥“定战略、作决策、防风险”的重要作用；
- 下设战略委员会、审计委员会、风险与合规管理委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会 5 个专门委员会，各委员会分工明确，权责分明，运作有效。



监事会

- 负责对公司财务状况和经营情况、关联交易以及董事和高级管理人员履行职责情况进行监督，促进治理机构的协调运转和有效制衡；
- 目前共有 3 名监事，其中职工代表监事 1 名。



经理层

- 按照法定职权和董事会授权开展日常生产经营事项；
- 负责组织实施董事会决议，并向董事会报告工作，完成生产经营和改革发展等工作，切实发挥“谋经营、抓落实、强管理”的积极作用。

²https://www.sse.com.cn/disclosure/listedinfo/announcement/c/new/2023-12-07/600519_20231207_GMDX.pdf

董事会有效性

公司定期召开董事会会议，推进战略决策制定，确保运营合规高效。《公司章程》明确董事会会议应当由二分之一以上的董事出席方可举行。2024 年，公司共召开董事会会议 13 次，董事出席率为 100%。截至报告期末，董事平均任期为 1.5 年。

公司建立完善的董事选举及委任程序，以提高董事会的决策效率和质量。公司遵循《公司章程》对董事任期的要求，每届任期三年。同时，在委任新董事会成员时，我们综合运用多种途径广泛遴选董事候选人。

在薪酬政策方面，公司为董事及经理层设置差异化的薪酬管理制度与方案，包括基本年薪、绩效年薪及任期激励，激励董事及经理层为公司创造长期价值。2024 年，公司持续完善董事会成员绩效评价体系，综合生产经营管理、经营目标完成、财务预算执行及工作履职情况决定绩效评价结果。



公司共召开董事会会议

13 次



董事出席率为

100%

职位 薪酬管理机制

<p>董事</p> <ul style="list-style-type: none"> 独立董事 职工董事 	独立董事报酬按照股东大会决议执行
	薪酬根据公司的薪酬管理制度以及个人的绩效考评结果来综合评估

<p>经理层</p>	采取“正向激励 + 负向约束”机制对经理层进行经营业绩考核，以正向指标激发经理层积极性，以负面指标确保经理层经营合规
------------	------------------------------------------------------------

公司董事会采取“正向激励 + 负向约束”机制对经理层进行经营业绩考核，以正向指标激发经理层积极性，以负面指标确保经理层经营合规，强化考核结果运用与刚性兑现。公司制定《经理层成员业绩考核办法》《经理层成员薪酬管理办法》等制度文件，将安全、质量、环保、合规要求、企业管理等可持续发展相关指标作为评价业绩的重要考量，对 ESG 相关负面事件采取扣分手段进行约束。此外，公司已将合规管理与薪酬挂钩，明确员工因违纪违法被司法机关采取留置、行政拘留等强制措施的，停止支付相关薪酬。

董事会构成

董事会多元化是保障股东利益、公司稳定经营的重要举措。截至报告期末，董事会共有 7 名董事，其中独立董事 3 名，女性董事 2 名，职工董事 1 名；独立董事占比为 42.86%。



独立性 公司独立董事独立发表意见，履行监督职能。审计委员会全部由独立董事组成，均为行业领域专家。提名、薪酬与考核委员会由独立董事担任主任委员，且独立董事占比超 50%。2024 年，公司委任郭田勇先生担任独立董事召集人，负责召集和主持独立董事专门会议。



多元化 公司在提名董事时，综合考量候选人的专业背景、工作经验、知识技能、兼职情况等多元化因素。董事会提名委员会每年定期审查和监督董事会架构、人数和成员构成情况，确保技能、知识、经验、性别及年龄等多方面的多样性与互补性，满足各业务板块多元化需求。



专业性 公司董事会成员具备丰富多元的专业背景，涵盖会计、金融、法律、酿造等多个领域，为公司的战略规划和经营决策提供全方位、专业化的指导，保障公司可持续发展。

董事会成员专业背景基本情况

姓名	性别	职位 / 职责及责任	专业能力		
			行业经验	风险管理经验	财务管理经验
张德芹	男	董事长	✓	✓	✓
王莉	女	董事、代行总经理职责	✓	✓	✓
郭田勇	男	独立董事	/	✓	✓
盛雷鸣	男	独立董事	✓	✓	/
王鑫	男	独立董事	/	✓	✓
刘世仲	男	董事	✓	✓	/
韦芳	女	职工董事	✓	/	/

III 风险与合规管理

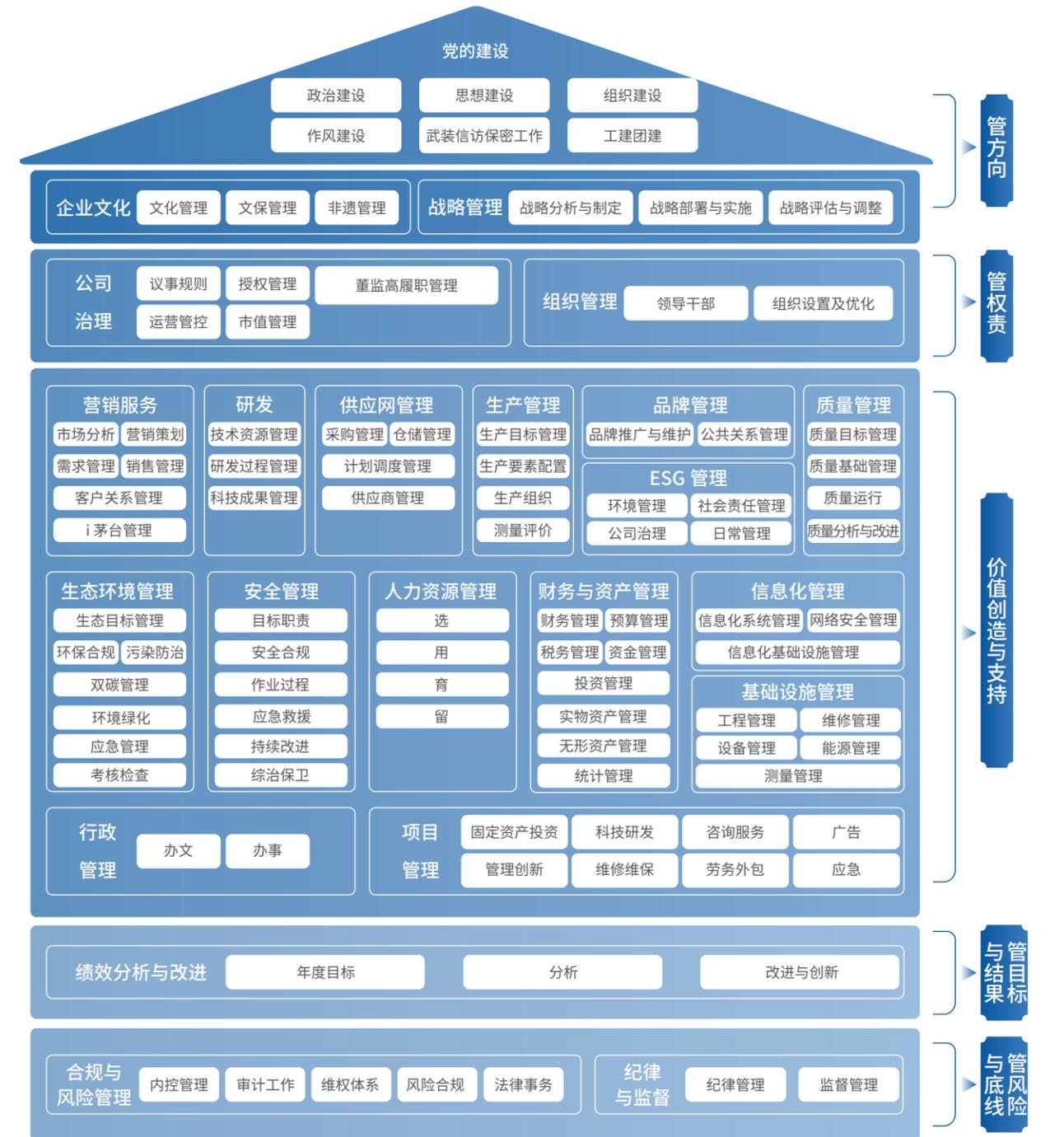
公司持续完善风险与合规管理体系，通过开展覆盖全公司业务的风险评估与合规管理，进一步提升风险与合规管理水平。

风险与合规管理体系

公司建立职责分明的风险与合规管理组织架构。董事会作为风险与合规管理的决策机构，履行风险与合规管理、监督职责。董事会下设风险与合规管理委员会，指导风险管理体系和合规管理体系建设。风险与合规管理委员会下设办公室，由法律合规部负责人担任办公室主任，成员单位包括审计部、财务部等部门，共同落实公司的风险与合规管理工作。



公司持续优化制度体系建设，围绕价值链系统梳理并绘制制度地图，实现企业规范化管理，提升治理能力与管理效率。2024 年，公司梳理完成战略管理、公司治理、生产管理、ESG 管理、质量管理、风险与合规管理、纪律与监督等 23 个领域组成的“制度地图”，全面、系统呈现公司制度体系。公司通过开展“一域一图”，梳理出制度 613 项，其中基本制度 6 项，一级制度 97 项，二级制度 311 项，三级制度 199 项，并建立动态更新制度管理机制，通过制度“废改立”工作调整优化制度地图。



合规管理

公司严格遵守法律法规及监管要求，搭建完善的合规体系，制定《合规管理办法》《内部控制管理办法》等制度，建立合规指南及合规清单，强化重大决策、经济合同、规章制度、新产品开发的合规审查。

公司制定《关联交易决策制度》，明确关联交易需遵循的基本原则、决策流程及决策权限划分，保障关联交易的定价公正合理、流程合法合规以及相关信息的充分披露。公司严格遵循《上海证券交易所上市公司自律监管指引第5号——交易与关联交易》的各项要求，确保关联交易发生额在股东大会和董事会批准额度内。在审议涉及关联交易的议案时，关联股东和董事均按规定回避表决。

公司将合规理念融入生产经营中，通过开展合规培训，提升员工合规意识。2024年，公司共开展45场合规管理培训。

案例 邀请外部律师开展普法培训

2024年7月12日，公司开展合规专题普法讲座。本次培训通过深度解读法律法规与案例、系统梳理合规风险识别、合规审查，助力参训员工将法律底线内化为业务管理准绳。通过法律思维与业务实践的深度融合，持续强化合规风险管控，为项目合规、高效推进提供坚实保障。



合规专题普法培训现场

风险管理

2024年，公司制定《风险管理办法》《风险管理专项提升行动方案（2024-2026）》《风险管理操作细则》，建立“执行、指导、监督”三级风险管理架构，明确职能职责，保障各项管理举措有效实施。

风险管理架构



³ 六大风险：战略风险、市场风险、财务风险、运营风险、法律风险、舆情风险。

公司开展风险识别、风险评估、风险应对、风险管理改进工作，持续完善风险管理流程，定期开展风险管理与内部控制审计，提高风险管理水平。

- 至少每年系统组织一次风险识别工作，各部门结合业务流程，识别可能影响公司或业务目标实现的风险，分析风险发生的原因及后果，形成部门风险清单；
- 整合各部门风险清单，形成公司级风险数据库。

风险识别

- 组织开展风险评估工作，针对风险数据库的各项风险进行分类、分级管理；
- 风险初评阶段，将风险初步划分为一般、较大、重大三个等级，形成初评结果；风险复评阶段，组织公司中层管理人员对初评结果进行复评，最终确定风险分级。

风险评估

- 根据风险评估结果，针对不同级别的风险开展风险应对工作；
- 对于一般、较大风险，制定要点式的风险应对措施；对于重大风险，制定详细的风险应对方案并设置风险预警指标。

风险应对

风险管理改进

- 开展风险合规自我评价，编制风险管理工作总结。

2024 年，公司围绕战略、市场、财务、运营、法律、舆情等六大类风险开展风险识别、形成风险数据库。同时，公司重视 ESG 相关风险的管控，将信息泄露风险、供应商资质审核不严谨风险、作品内容侵权风险、安全生产风险等 ESG 风险融入公司整体的风险管理体系中，对其进行统一管理，有效提高 ESG 风险应对能力。此外，公司结合实际情况开展涵盖生产经营各环节的尽职调查工作，全面识别各类 ESG 风险，并制定应对措施，确保 ESG 风险得到有效防范。

公司重视风险管理工作，面向全体员工开展风险管理培训和宣贯。2024 年，公司共组织开展 2 场公司级风险管理专项培训，进一步提升员工风险管理意识。

案例 邀请外部风险管理专家开展风险管理培训

2024 年，公司邀请外部风险管理团队专家先后组织 2 场风险管理培训。第一场，公司开展全面风险管理宣贯培训，帮助各部门理解风险信息库、案例库与数据库，加强风险管控技能。第二场，公司开展风险管理工作专项培训，帮助各试点部门进一步优化风险管理工作，提升风险管理的有效性，增强风险管理能力。



风险管理培训现场

III 数据安全与用户隐私保护

公司构建完善的网络与信息安全管理体，强化网络与信息安全管理，提升网络与信息安全管理文化，重视数据安全与用户隐私保护，同时加强员工安全意识培训，完善应急预案，确保信息系统稳定运行。

网络与信息安全管理

公司建立网络与信息安全管理闭环体系，严格开展网络安全等级保护测评等安全管理工作，加强网络与信息安全管理意识培训，巩固网络与信息安全管理防线。

● 网络与信息安全管理体

公司建立网络与信息安全管理体，成立以董事长和总经理为组长的网络安全与信息化工作领导小组，下设办公室在数字科技管理事业部，统筹管理、规划、指导及监督网络安全与信息化工作；同时在董事会下设风险与合规管理委员会，统筹隐私、数据安全的战略决策，具体执行机构为风险与合规管理委员会下设办公室及成员单位。

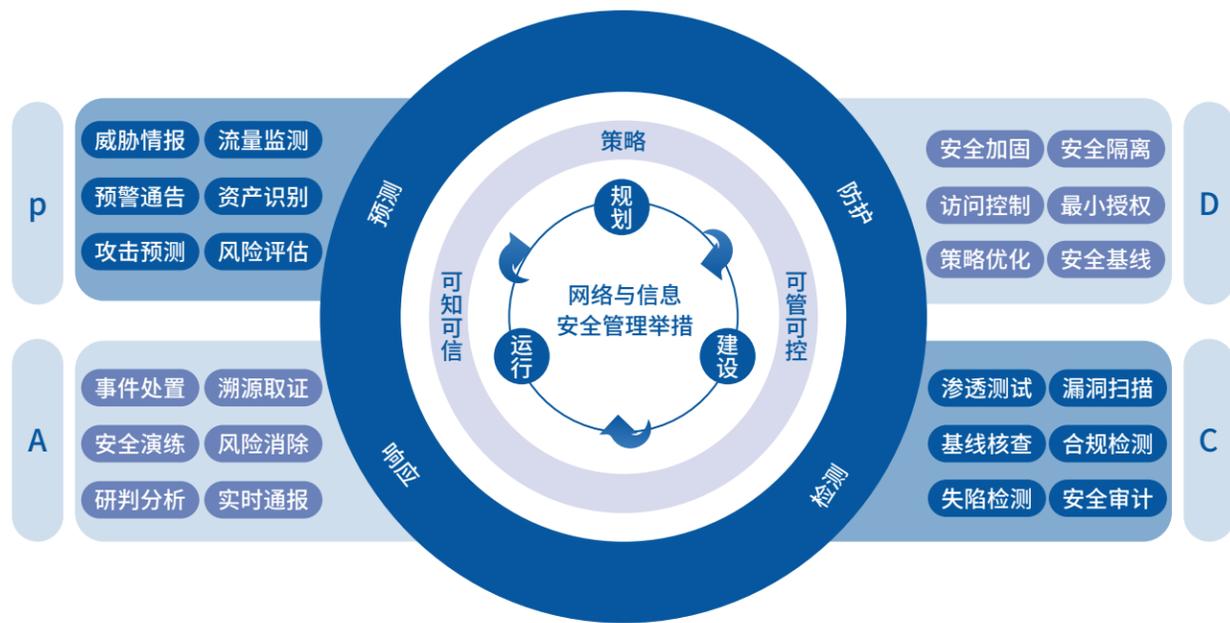
公司完善《网络与信息安全管理办法》《终端安全管理规定》等制度文件，全面覆盖公司职能部门及子公司，强化网络与信息安全管理。2024 年，公司开展 ISO 27001 信息安全管理体申报、审核工作，成功通过 ISO 27001 评审并取得信息安全管理认证证书。



信息安全管理体系认证证书

网络与信息安全管理闭环

公司实施循环驱动的自适应网络与信息安全管理举措，切实落实网络与信息“三同步”的各项要求，在“可知可信、可管可控”的总体安全策略指导下，加强网络安全管理，运用“PDCA”方法持续提升网络安全防护能力，在预测阶段开展资产识别、流量监控、攻击预测等，在防护阶段实施安全加固、访问控制、策略优化等，在检测阶段进行渗透测试、漏洞扫描、基线核查等，在响应阶段通过事件处置、研判分析、溯源取证等安全工作，形成“预测—防护—检测—响应”的安全运营管理闭环，为公司业务系统的安全、合规、稳定运行提供了有力的保障。



网络与信息安全管理举措

人员及技术支持

公司部署了流量探针，以实时捕捉网络流量和系统日志等关键数据。通过态势感知平台的主动监测功能，迅速识别并预警潜在的安全威胁。网络安全工程师团队对安全设备所收集的告警日志进行深入分析，精确识别并有效拦截各种潜在的恶意攻击，确保网络环境的安全稳定。

网络安全应急演练

2024 年，公司完善《网络与信息安全事故应急处置预案》，健全预防、响应、处置等工作机制，明确事后应急响应流程；制定《2024 年网络安全应急演练方案》，按照方案开展 4 次网络安全应急演练，通过模拟黑客真实攻击场景，进行应急处置流程的实战演练，并在实战攻防演练中组织第三方通过模拟黑客攻击路径进行溯源分析，开展隐患排查，检验完善应急机制的有效性，以及应急预案的可用性，以保证在真实网络安全事件发生时能够迅速、有效地应对。

网络安全等级保护测评

公司于本年度开展了包括 i 茅台、大数据服务平台、流通溯源系统等在内的 13 个三级业务系统的网络安全等级保护测评工作，并通过复评。我们通过网络安全等级保护测评履行网络安全主体责任，同时对测评发现的不符合项进行整改，增强了系统的稳定性和可靠性。

外部审计与风险评估

2024 年，公司开展了 ITGC 外部审计工作，委托第三方专业机构，以 i 茅台、茅台酒营销管理系统、茅台酒仓储物流系统等 7 个关键业务系统为重点对象，对网络安全管理、信息系统运维管理、信息系统研发、测试和维护、数据备份等多个方面进行审计，审计结果满足合规要求。通过“审计 - 整改 - 披露”闭环，实现了从被动响应到主动引领的意识转变，促进公司持续提升安全治理水平，为公司利益相关方创造可持续价值。



网络与信息安全教育建设

公司积极推行信息安全文化建设，通过举办网络与信息安全意识培训、网络安全标兵技能竞赛及网络安全宣传周活动，不断提升员工的信息安全认知，增强员工的网络与信息安全感，共同构筑信息安全的屏障。此外，组建网络与信息兴趣小组，常态化开展实战攻防演练，积极参加网信杯、网鼎杯、攻防演练等赛事，着力提升公司网络与信息人才能力培养，建立健全多层次、多类型的网络信息安全人才培养体系。



网络安全标兵技能竞赛现场

案例 2024 年网络安全意识培训

公司于 2024 年 6 月 19 日举办网络安全意识培训。此次培训覆盖职工、经销商、供应商及第三方合作伙伴等共计 105 个单位，培训内容聚焦于数据安全、个人信息保护、弱口令风险及钓鱼邮件防范等方面，增强了全体成员的网络安全意识。



网络安全意识培训现场

用户隐私保护

公司高度重视用户隐私保护工作，制定了《贵州茅台酒股份有限公司数据与隐私政策》⁴，承诺对用户的个人信息实施严格保护。

公司严格控制数据访问权限，实施严格的申请审批流程，确保用户有权访问、更正和删除个人数据。我们遵循“最小且必要”原则，审慎处理个人信息收集，明确收集目的、手段以及数据访问权限和目的，确保信息处理的透明性和合规性。对于敏感个人信息，如身份证号等，采用加密技术进行存储，展示时进行脱敏处理。

我们与合作伙伴明确网络安全和保密条款，签订安全承诺书，共同遵守个人信息保护的相关规定。通过第三方机构的评测和评估，我们确保网络安全、数据安全以及个人信息保护的合规性，并定期进行网络安全等级保护和数据安全风险评估。

基于云平台，我们部署了包括抗 DDoS、防火墙、VPN、入侵检测、WAF 在内的多项安全产品，构建了全方位的网络安全防护体系。应用系统严格遵守开发规范，采用安全的技术框架，并实施多种加密措施，如盐值、动态密钥和动态 token 等，以增强数据安全性。在监控和预警方面，我们利用云安全产品和业务访问日志进行实时监控，通过设定安全阈值和巡检，及时发现潜在的安全漏洞，并定期进行风险排查及处置。

2024 年，公司通过上述措施，未发生用户隐私泄露事件，有效保障了用户的隐私权益。

⁴ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

商业道德

公司秉承诚信经营的理念，建立健全商业道德体系，坚决打击腐败行为，有序开展反洗钱、反不正当竞争等宣传活动，确保公司经营的合规与稳定。同时，公司注重商业道德文化建设，将诚信价值观作为驱动高质量发展的核心力量。

公司设立董事会层级的风险与合规管理委员会，负责指导监督商业道德事宜，本级和下属子公司均设立纪检机构或配置纪检委员，负责调查受理违规违纪案件。通过制定“五位一体”⁵ 联动监督工作机制，加强协作配合，持续健全监督体系。



“五位一体” 联动监督工作机制运作流程

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反垄断法》等法律法规，制定并发布《贵州茅台酒股份有限公司商业道德政策》⁶，规范员工、合作伙伴等相关方的商业道德行为，反对任何形式的腐败、贿赂、洗钱、垄断、内幕交易、利益冲突、不正当竞争行为。

商业道德相关制度

- 《公司党委关于进一步加强对“一把手”和领导班子监督的若干措施》
- 《员工行为负面清单》
- 《员工违规违纪违法行为处理办法》
- 《工程建设廉洁从业禁止性规定》
- 《采购廉洁从业禁止性规定》
- 《物资供应廉洁从业禁止性规定》
- 《营销人员廉洁从业禁止性规定》
- 《工程建设和固定资产投资打招呼行为登记备案管理规定》
- 《反垄断合规指引》
- 《反不正当竞争合规指引》
- 《安全生产合规指引》
- 《生态环境保护合规指引》
- 《谷壳、稻草供应商管理细则》
- 《五金低耗供应商管理细则》

⁵ 五位一体：纪检、组织人事、审计、财务、法务等监督力量组成的“五位一体” 监督体系。

⁶ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

III 诚信经营

公司秉持“诚信为本、合规经营”的理念，严格遵守法律法规，以诚信筑牢企业发展根基，积极倡导践行诚信文化，通过开展诚信教育与培训活动，提升全体员工的诚信意识，营造风清气正的工作氛围。

案例 诚信教育宣传活动

2024年9月，公司结合工作实际，组织开展“诚信兴商 国企先行”宣传月活动。在活动中，公司在法律服务平台开设《诚信合规行为准则》宣贯专栏，推送《商务交往诚信合规要求》《生产建设诚信合规要求》等宣传教育文章，进一步引导员工牢固树立合规理念，提高合规意识，形成诚信合规的良好氛围。此外，公司举办诚信合规主题的网络知识竞赛活动，吸引2,600名员工参与本次活动。



公司对任何腐败、贿赂行为采取“零容忍”的态度，每年围绕商业道德标准及反腐败反贿赂政策的执行情况开展覆盖公司所有业务的专项审计工作。针对廉洁风险较大的9大领域实行“一领域一清单”精细化管理，动态识别风险和隐患排查，对于排查发现的问题以查促改，制定防范措施。2024年，公司识别廉洁风险点217个，共制定防范措施441条。

公司注重提高员工廉洁自律、遵纪守法意识，向全体员工⁷开展廉洁培训活动，包括制度巡讲、廉政与纪法宣讲、警示教育录宣贯、廉洁文化征文等活动。2024年，公司共开展64场廉洁培训活动，覆盖员工超34,000人次。

案例 开展纪法宣讲活动

2024年，公司组织开展“纪法同行 警钟长鸣”宣讲活动，以学习贯彻新修订的《纪律处分条例》为契机，不断增强员工遵规守纪的自觉性。



“纪法同行 警钟长鸣”宣讲活动现场

⁷ 包括正式员工，兼职工及合同工等。

公司致力于与相关方共同营造和维护廉洁的商业环境，公开披露《贵州茅台酒股份有限公司商业道德政策》《贵州茅台酒股份有限公司供应商行为准则》⁸，明确供应商和经销商的反腐败反贿赂要求，并在合同审定及签署环节中设有反商业贿赂条款或廉政责任书。

供应商反腐败反贿赂要求

《贵州茅台酒股份有限公司商业道德政策》

- 强化商业伙伴反商业贿赂和反腐败风险管控，在业务交往中明确反商业贿赂和反腐败声明与要求，禁止发生任何商业贿赂和腐败行为；
- 要求包含全体供应商在内的商业伙伴须制定反商业贿赂和反腐败政策，并实施相应计划以核实合规情况。

《贵州茅台酒股份有限公司供应商行为准则》

- 针对所有关键供应商实施监管计划，以验证其符合反腐败等合规政策。

2024年，公司对近年存在违反公司反腐败相关要求的供应商进行全面排查及严肃处理，将7家存在严重违规违纪行为的供应商纳入黑名单，取消14家供应商2024年度优秀供应合作伙伴评选资格。

2024年，公司制定《2024年采购领域廉洁警示教育工作方案》，对供应商开展反腐与反贿赂培训活动。在重点领域供应商座谈会上开展警示教育宣讲，覆盖供应商超200家。

⁸ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

III 反洗钱

公司严格遵照国家反洗钱法相关规定，切实履行反洗钱法定义务，定期评估洗钱和恐怖融资等的风险和形势，结合实际开展了形式多样、内容丰富的反洗钱宣传活动，向员工普及反洗钱工作基本常识。

案例 反洗钱宣传培训活动

2024年7月，公司开展反诈骗、反非法集资、反洗钱为主题的培训活动，解析反面案例圈套与陷阱，以案为鉴，提高对诈骗、非法集资、洗钱的识别能力和水平，提升反洗钱意识。



反洗钱宣传培训活动现场

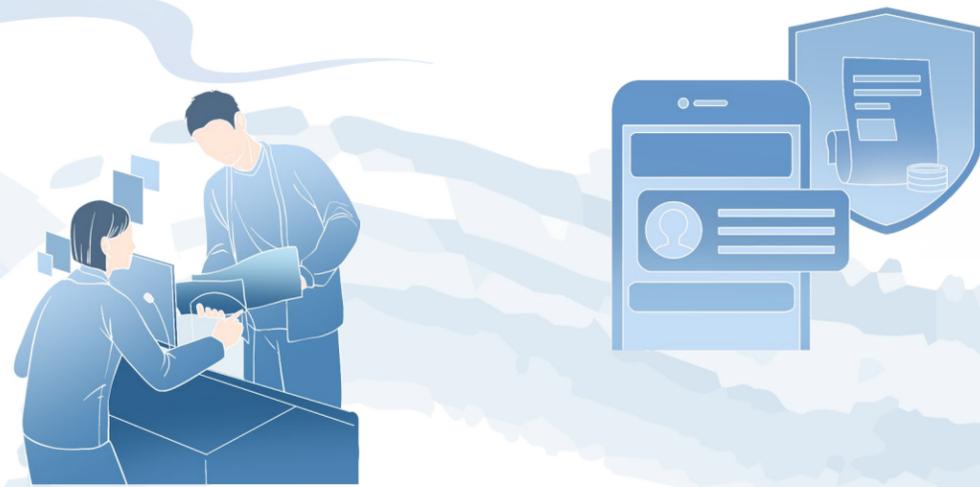
III 反不正当竞争

公司贯彻落实《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》等规范性文件，制定并实行《反不正当竞争合规指引》等制度文件，搭建反不正当竞争行为管理体系，明确不正当竞争行为和范围。同时，公司规范不正当竞争的违规追责处理，有效防范不正当竞争法律风险，维护公平竞争的市场秩序。2024年，公司未收到有关不正当竞争的投诉和举报。

III 举报人保护

公司持续加强商业道德监察举报工作，遵循《信访工作条例》《纪检监察机关处理检举控告工作规则》等法律规定，制定《信访工作管理办法》，明确投诉举报的权责划分及操作流程，确保投诉举报事件得以及时有效地处理。

公司鼓励员工、用户等相关方对违规违纪违法行为进行监督和举报，并公开畅通的举报途径，包括举报电话、举报邮箱、举报网站等。在接收到有关的举报后，我们将严格按照检举控告处理流程开展工作。



检举控告处理流程

公司制定相关政策明确举报人保护方式，对举报人姓名、工作单位、家庭住址、电话、邮箱等个人信息和举报内容严格保密，严禁擅自核查举报人的笔迹、网际协议地址 (IP 地址) 等信息。此外，公司接受匿名举报，保护举报人不遭受任何形式的报复行为。

举报渠道

- 举报电话：0851-22385896
- 举报网址：<http://guizhou.12388.gov.cn>
- 举报信箱：贵州茅台酒股份有限公司办公大楼 6 楼电梯口

举报人因检举控告而受到威胁或者侵害，并提出保护申请的，依规依纪及时提供保护。被举报人有危害人身安全和损害财产、名誉等打击报复行为的，依规依纪严肃处理，涉嫌违法犯罪的依法移交司法机关处理。





科技创新

公司连续多年保持研发投入 10% 以上增长，不断提高创新和研发能力，增强企业竞争力，助力公司高质量发展。

III 创新驱动

公司构建完善的创新管理体系，搭建高效的科技创新平台，围绕产业链上下游布局科研项目 200 余项，加速科技成果转化，进一步激发内部创新活力、提升研发效率，促进产业链协同发展。

创新管理体系

公司制定《科学技术委员会章程》，构建以科研部门为创新统筹管理机构，以科学技术委员会为评审机构，以职能部门为创新实施单位的研发创新管理体系。本年度，公司新修订《科技研发项目管理规定》，对科研项目分类进一步规范，新增委外单位选择原则，探索“揭榜挂帅”项目实施机制，明确成果转化主体责任。公司制定《微型科技研发项目管理实施细则》，规范生产车间等单位针对生产过程中遇到的实际困难开展的微型科研项目，不断提升员工的创新积极性，全面推动公司技术创新与发展。

此外，公司科技创新研究活动均严格遵守科技伦理规范，包括但不限于《中华人民共和国科学技术进步法》《关于加强科技伦理治理的意见》《科技伦理审查办法（试行）》等一系列法律法规和相关规定。



科技创新战略

以创新链赋能产业链，支撑公司发展。强化人才与平台建设，夯实创新基础，深入“四良+五大核心”研究，提升科技创新综合实力，引领中国酒业创新发展。



科技创新目标

2024 年创新综合实力 784 分，到 2027 年创新综合实力达到 800 分。

科技创新亮点数据



科技创新平台

公司积极推进“两室两中心一站”自主创新平台建设，高效利用优势资源，于本年度取得关键性进展。

2024 年“两室两中心一站”五大创新平台建设情况

贵州省生物制造实验室

获批进入建设期，实验室完成学术委员会组建，并召开首次学术委员会会议。

工业微生物资源开发重点实验室

获批进入建设期，完成了年度学术会议召开、学术委员会聘任，围绕酿造微生物资源开发、特性解析开展项目 4 项，面向社会发布 6 项重点开放课题。

酿酒工程技术研究中心

有序推进白酒产业链智能制造和绿色、低碳、循环经济等研究领域科研项目 40 项。

制造业创新中心

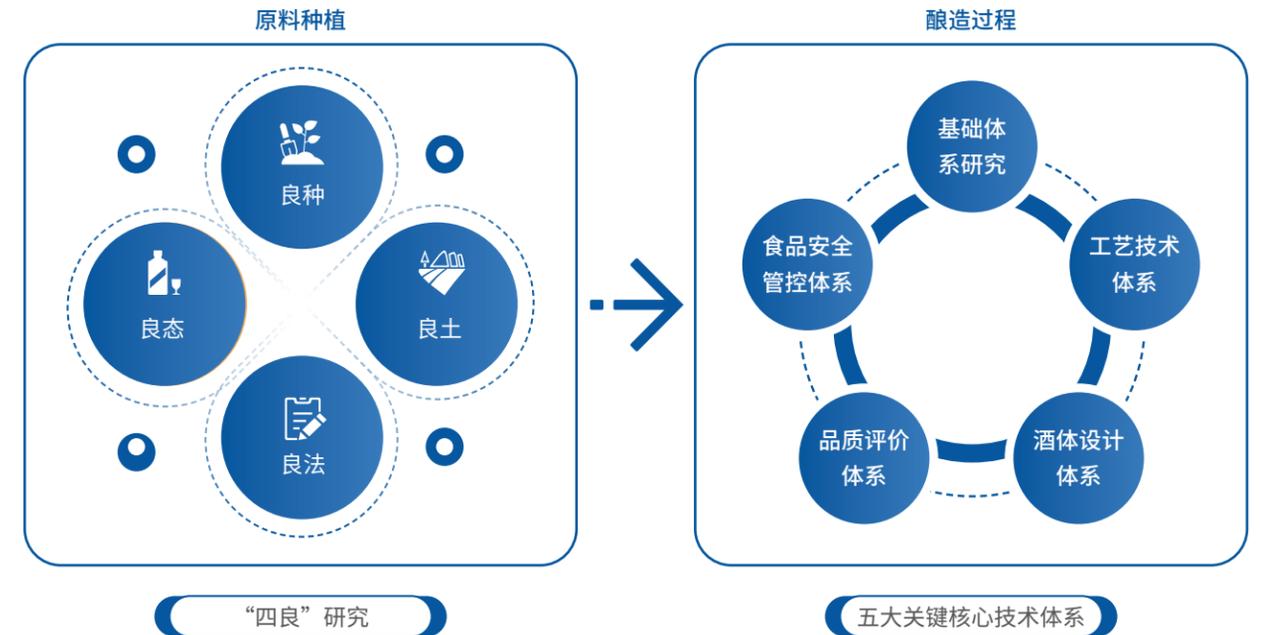
进入高效试运行阶段，通过了省国资委的审核。

赤水河中游流域生态系统贵州省野外科学观测研究站

获批进入建设期，完成了上游大锣滩水质水文站及观测站生态大数据平台建设。

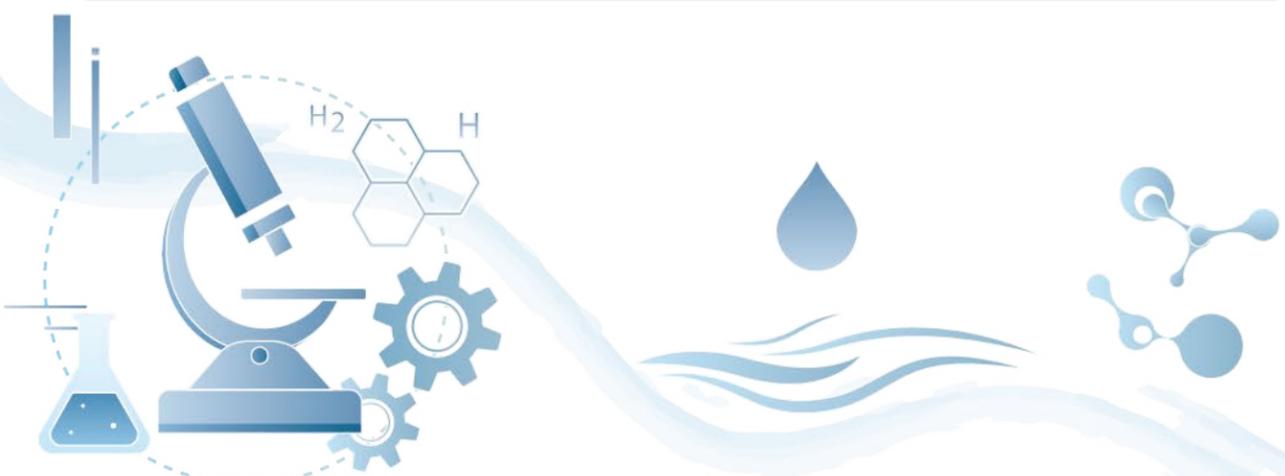
研发产业链布局

公司围绕上游酿造环境及酿造原料研究、中游酿造过程解析，以及下游产品品质保障与废弃物处理，构建覆盖全产业链的完善研发体系，形成包括原料种植“四良”研究、酿造过程“五大关键核心技术体系”，实现全产业链协同发展。



2024 年，公司围绕“四良”研究、酿造过程“五大关键核心技术体系”，与中科院微生物研究所、中科院大连化学物理研究所、中科院遗传与发育生物学研究所、江南大学、武汉大学、上海交大等国内顶尖科研机构开展产学研项目 100 余项，促进了理论知识与实践应用的深度融合。

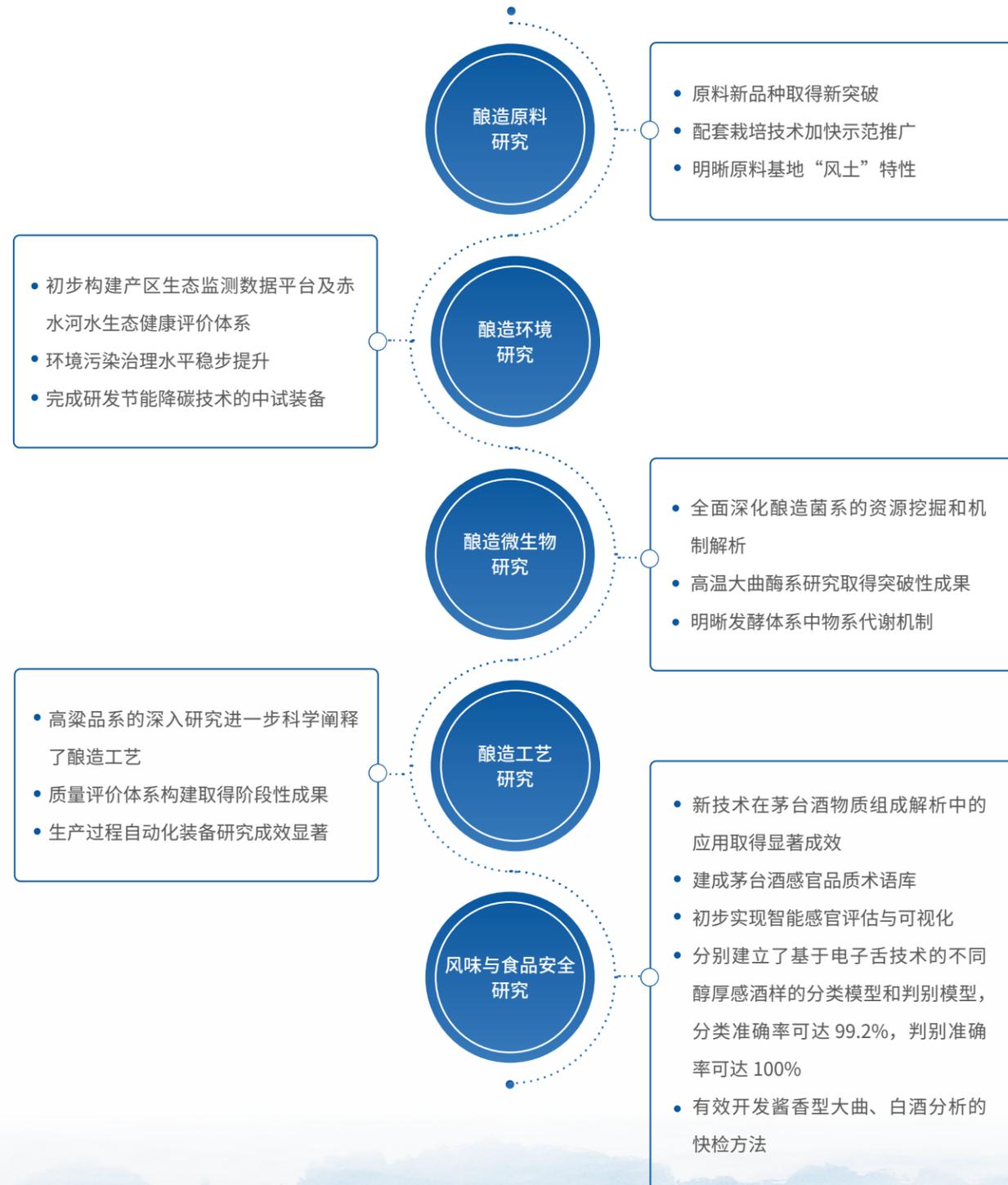
产业链项目建设情况亮点数据



科技成果转化

公司积极推动科技成果向实际应用转化，持续提升产品品质，推动技术创新，促进可持续发展。

2024 年科技成果转化与应用



2024 年度科技创新奖项 (部分)

● 获奖名称 ● 奖项类型 ● 颁发单位

<p>酱香型白酒原料与在制品理化指标快检体系的构建与应用 (创新奖)</p> <p>贵州省国资委 省国资委第三届创新创意奖</p>	<p>中国食品工业协会科学技术奖 一等奖</p> <p>中国食品工业协会 中国食品工业协会科学技术奖</p>
<p>产业链供应链数字经济十大杰出案例奖</p> <p>产业链供应链数字经济组委会 产业链供应链数字经济杰出奖</p>	<p>中国专利年度二等奖</p> <p>中国职工技术协会 中国专利</p>
<p>中国酒业协会科技进步 优秀论文奖</p> <p>中国酒业协会 中国酒业协会奖</p>	<p>全国质量管理小组活动 一等成果</p> <p>中国轻工行业联合会 质量科技成果奖</p>



科技成果亮点数据



引领行业发展

公司牵头修订并发布《白酒质量要求 第 4 部分：酱香型白酒》国家标准，进一步规范和引导酱香型白酒产业高质量发展。同时，完成《白酒质量要求 第 1 部分：浓香型白酒》等 31 项国家、地方和团体标准立项和征求意见稿审查工作，参与《酱香型白酒酿酒用高粱》等 12 项行业、地方、团体标准制修订工作，完成《白酒原酒及基酒流通技术规范》行业标准调研，助力白酒行业体系完善与升级。

智慧茅台

智慧茅台建设加速产业创新发展步伐，深化数字化布局，强化技术基建与应用场景融合，以数据为驱动，实现业务高效协同与管理效能跃升，展现了技术创新在提升产业透明度与管理精益化方面的显著成效。

公司围绕酒产业制定了《智慧茅台 2.0 顶层规划（股份公司 2024—2027 年）》，从“数字底座、营销服务、供应链、运营管控、智慧园区”五大领域、“端、网、云、数、用、智、安”七个方面深化数字化建设，专注于“技术基建、应用场景、平台运营、统筹协调”布局。

在工业互联网领域，基于云计算、大数据、物联网、区块链等技术构建形成了酒行业工业互联网标识解析二级节点，实现了包装材料一箱一码、成品酒一瓶一码和瓶箱绑定。开发数字溯源系统，通过“匠品链”实现包装生产、仓储物流、终端销售等环节数据的采集存证，构成完整的可信溯源。累积提供超 6,900 万次的成品酒溯源服务，且“基于匠品链的茅台流通溯源系统应用实践”入选中央网信办（国家互联网信息办公室）区块链创新应用案例。

在管控领域，采用数据中台、会计引擎、ESB 服务总线、BPM 流程引擎、OCR 识别等数字化技术，集成财务、法务、实物资产、人力资源等多领域管理的行业最佳实践，构建形成业财融合的数字化系统平台，全面提升“人、财、物、法”数字化管理效能，实现系统与流程匹配率超 80%，移动审批率超 60%，财务结账、合同审批等工作效率提升 3 倍以上，该项目成功入选了省国资委监管企业·第四届创新创意优秀项目，获得省国资委通报表扬。



在数字营销领域，i 茅台数字营销平台 2024 年新增注册用户 2,000 万人，累计注册用户数 7,386.3 万人，平均月活数 1,170 万人。开展线上营销活动 211 场，有效提升了用户活跃度和消费转化率，进一步推动了茅台品牌的市场拓展与品牌影响力提升。

i 茅台数据



可持续供应链

公司构建以原辅料、包贮、工程、服务、设备、数字为核心的“六大供应链”，不断健全供应商管理体系，携手产业链上下游伙伴，努力构建一个高效协同、绿色可持续的供应链生态。

III 供应商赋能

公司制定《贵州茅台酒股份有限公司供应商行为准则》《供应商管理办法》等制度文件，明确供应商在员工权益、职业健康与安全、环境保护、商业道德与诚信方面的行为标准，推动构建公正、安全、绿色、诚信的供应链体系。

在筛选重要供应商时，公司综合考虑特定地区、特定行业及特定商品风险。为强化原料管理，公司推进 2 万亩原料示范基地建设，并促进供应商数字化与机械化升级。同时，实现供应商收储站点与中转库房等重点区域视频采集全覆盖，完成“五个一”（“一证”指有机绿色认证、“一图”指有机认证地块图斑、“一地”指示范基地、“一库”指现代化库房、“一网”指通过数字化技术实现全过程溯源）工程建设，完善原料示范基地水利设施，建成现代化仓储库房容量超 50 万吨，原料整理、传送、烘干、检测等设备覆盖率达 90%。基地管理模式实现“人网合、控整体”转变，管理覆盖率从 30% 提升至 80% 以上，实现原料种植耕、种、管、收、储、运全过程管控，基地现代化管理水平显著提升。



2024 年供应商管理细则（部分）

供应商准入管理

供应商准入标准全面覆盖基本资质、行业资质、技术与服务能力、生产能力、质量能力、环境保护、社会责任、可持续发展能力和战略合作意愿等多个维度。在此基础上，本年度迭代升级原料、包材领域供应商准入标准和新建五金、低耗材料供应商准入标准。

供应商履约过程考核评价管理

持续完善供应商考核评价标准，建立供应商绩效评估指标体系，同时建立供应商管理细则、履约评价标准在内的 76 项标准。通过开展核心物资“精准抽检”和“深度体检”，“供应商动态量化考核率”及“质量管控覆盖率”均保持 100%。2024 年，公司开展年度供应商考核评价共计 916 家次，供应商履约评价优良率达到 91%。

供应商分级分类管理

本年度优化了供应商分类分级管理模式。

- **供应商分类：**根据供应商提供的采购品类，将供应商分为关键类、重要类、普通类三个一级分类，提供多个采购品类的供应商以其提供的重要性最高的品类进行分类。
- **供应商分级：**根据供应商分类、供应商履约能力水平以及战略供应商的遴选标准，将供应商关系分为战略级、优选级、保障级和竞争级四个等级，并按年度进行动态调整。

供应商交流与合作



公司加强与供应商交流，累计举办座谈会和培训活动 152 场次，深入宣贯供应商管理标准、制度及公司质量标准。同时，持续开展质量检验前移工作，将质量问题发现控制在最前端，有效降低质量成本。2024 年，公司对 36 家供应商进行驻厂指导，常态化开展产线巡查和产品出库监督抽查，并对供应商质量检验和管理人员开展 17 次检验标准和质量改进培训，覆盖近 500 人次，有效助力供应商“质量管控+工艺技术”双提升。

供应商管理数据



携手经销商

在 2024 年的经销商管理工作中，公司采取了一系列重要举措，与经销商携手，共同提升管理水平和服务质量。

- 
 签订 2024 年茅台酒、酱香酒经销合同，确保交易过程合法合规，保障交易的公平性和透明度。
- 
 制定《渠道商管理办法》，规范销售行为，强化市场秩序维护意识；制定《市场维护管理办法》，加大市场巡查，规范市场秩序。
- 
 常态化开展市场调研、指导与服务工作，结合市场形势，指导经销商调整市场策略、拓展客户群体、推动产品销售，通过 i 茅台、京东小时达等为茅台酒专卖店、酱香酒主题终端、体验中心赋能，切实做好经销商服务工作。
- 
 制定《顾客咨询投诉管理办法》，规范客户对公司产品或服务咨询、投诉处理程序；制定《营销顾问团管理办法》，规范顾问团管理，充分发挥顾问团建言献策的作用，力争将顾问团打造成为有担当、懂茅台、识酱香、精市场、善建言、谋创新的酱香酒营销“智囊团”。

2024 年，公司精心策划并实施一系列培训项目，帮助渠道商合作伙伴提升综合能力。针对渠道商门店管理层（店长或经理及以上级别）举办 7 场线下培训，覆盖全国 31 个省区。同时，为渠道商普通员工及自营公司劳务外包人员按月提供线上培训，每月培训人数达 4,920 人。培训内容涵盖公司战略宣传、公司文化认知、门店服务标准、市场活动策划、用户运营转化、舆情风险管理、安全经营管理等主题，帮助渠道商深刻理解茅台市场建设要求与服务标准，提升渠道商团队顾客服务能力、产品营销水平和市场运营专业能力，为消费者提供全方位的高质量服务体验。

2024 年，公司面向经销商、酱香系列酒体验中心店员及主题终端负责人开展培训计划。其中，经销商培训班共开设六期培训，培养对象涵盖 2024 年度经销商总经理、品牌经理、销售总监、区域经理等核心管理人员 239 人。本年度，经销商总体满意度达 97.4%。

III 供应链风险防控

公司注重供应链风险管理，以“提升风险合规管理能力，与供应商保持清亲合作关系”为风险管理目标，着力提升供应链韧性，强化风险合规管理。

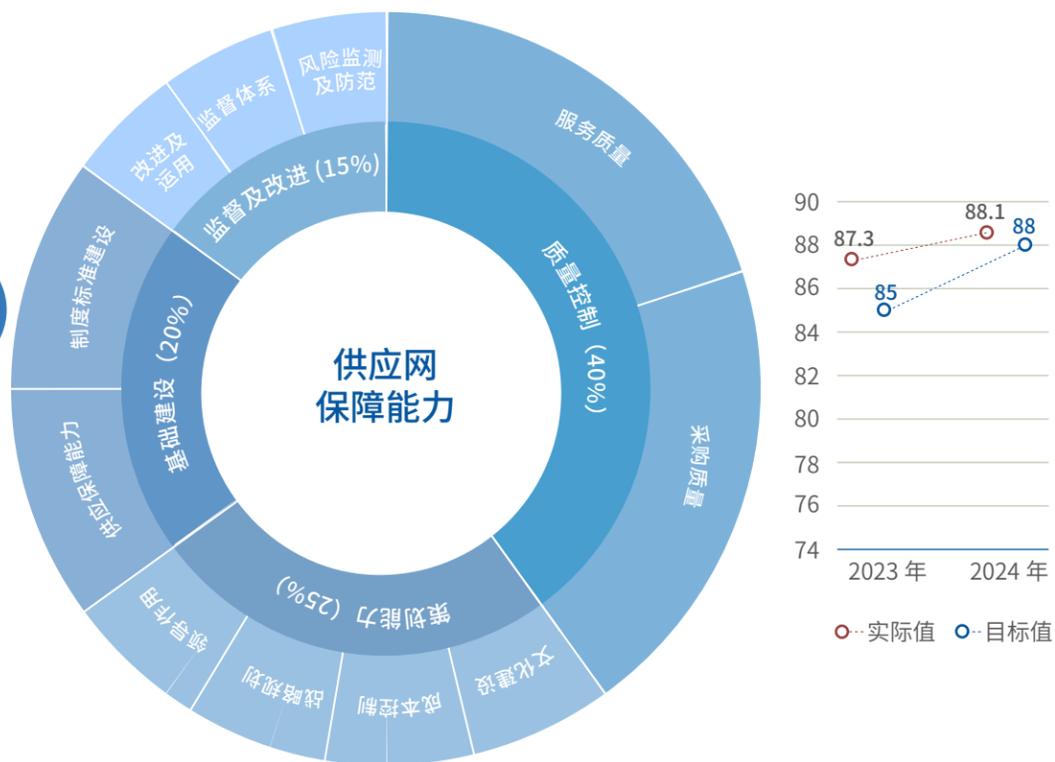
2024 年供应链风险应对机制



进一步完善采购风险防范机制。制定《风险研判会议机制》，明确会议研判内容、时间及方式，完善风险研判会议机制，加强风险研判会议效用。全面梳理分析 2024 年度流标项目，识别项目流标症结所在，并针对性制定流标风险应对措施，有效防范项目流标所带来的采购廉洁风险。



建立综合指标“供应网保障能力”，从策略、基础、质量控制和改进等 4 个方面、11 个维度、37 类、66 项内容评估供应链韧性，发现问题并针对性改进，着力提升供应链韧性。2024 年，供应网保障能力 88.1 分，较 2023 年提升 0.8 分，达成 88 分设定目标。



为保障供应链安全并强化供应链优势，公司积极深化与数字战略合作伙伴的合作，加速资源共享与新质生产力发展。公司上线运行业财一体化项目，全面提升人、财、物管控能力。同时，加速构建包括包装、勾贮、制酒、制曲及全面质量管理在内的集成化供应链系统，以形成完整的数字化集成供应链体系。此外，公司建成电子采购商城，对“小、散、多发”的零星材料进行集中电商化采购，通过价格联动机制动态调整产品价格，提升采购效率，降低风险。

III 供应链可持续发展

公司重视供应链的可持续发展，积极构建绿色供应链。根据《供应商可持续发展实施方案和绿色指标体系》规定，秉持“全面覆盖，应做尽做”的原则，积极引导并鼓励合作供应商开展 ESG 实践。

公司将供应商碳足迹和水足迹纳入“茅台账单”，成立“双足迹”削减工作小组，开展核心产品贵州茅台酒（500ml，53%vol）碳足迹、水足迹基础数据收集、核算边界确定、产品足迹核算等工作，并据此制定了一系列节水降碳的实施措施。此外，公司制定《包材减量化、绿色化发展实施方案》，明确了 19 项工作任务，推动包装材料减量化、轻量化及绿色化转型，以提升环境友好性。

2024 年，公司在《产品包装材料绿色供应链实施方案》《成品酒外包装物回收管理制度》《废旧物资回收管理规定》等制度文件基础上，修订完善《茅台酒高粱、小麦供应商管理规定》《包贮材料供应商管理细则》等制度。在供应链的重点领域，逐步将绿色环保及 ESG 考核评价标准纳入供应商全生命周期管理，加大“绿色化”考核分数占比，将 ESG 考核评价由“额外加分项”调整为“固定占比 15%”，进一步引导供应商实施绿色包材转型，减少包材碳足迹。公司围绕绿色发展关键要素，推动供应链迭代升级，2024 年已推动 14 家供应商完成绿色低碳相关认证工作，22 家供应商获得国家级或省级绿色工厂认证，助力公司“双碳”工作有序推进。

案例 绿色采购与供应链大会

2024 年 12 月，公司举办“新质引领 绿色发展 链动未来”采购与供应链大会，汇聚全国各地 300 多家供应商代表，共探发展新路径，共议发展新蓝图。报告期内，茅台全链协同取得突破，采供管理高效转型，质量保障能力提升，绿色数字化基础奠定。会上，中环联合（北京）认证中心有限公司对大会的碳排放量进行了评估认证，并颁发了零碳证书，彰显了公司对绿色发展的坚定承诺。此外，大会还明确了未来工作聚焦重点，将进一步强化品质、培育新质生产力、共同践行 ESG 理念、推进管理现代化、构建和谐厂商关系。



绿色采购与供应链大会现场



共生 与自然和谐共生

贵州茅台始终践行“绿水青山就是金山银山”，坚持生态优先，绿色发展，聚焦气候变化与可持续发展，做深节能环保，优化三生空间，紧盯五条流线，构建“水土气微”良性生态系统，与自然和谐共生，与相关方共同绿色发展。



- 🌿 气候变化应对
- 💧 资源高效利用
- 🌱 保护绿色环境

气候变化应对

贵州茅台深入贯彻“共生、共享、共赢”的可持续发展理念，响应国家双碳战略、积极应对全球气候变化。公司根据国际可持续发展准则理事会 (ISSB)⁹ 的框架及建议，从治理、战略、风险管理、指标与目标四个维度全面管理气候变化风险与机遇，通过加大节能技术研发投入、管理温室气体排放、推进建设可持续供应链等举措，探索应对气候变化的多元路径。

III 治理

2024 年，公司完善气候变化应对治理架构，由董事会战略委员会作为决策层，负责监督气候变化相关事宜，每年针对气候相关问题召开会议。由 ESG 推进委员会负责评估、管理与气候相关的风险和机遇，并定期汇报至决策层。



⁹ 国际独立的标准制定机构，由国际财务报告准则基金会 (IFRS) 发起组建，于 2021 年 11 月 3 日在第 26 届联合国气候变化大会上正式启动，旨在制定与国际财务报告准则 (International Financial Reporting Standards, IFRS) 相协同的可持续发展报告准则。

III 战略

根据《中共中央、国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》《2030 年前碳达峰行动方案》等要求，公司结合碳排放现状及减排潜力情况，形成《贵州茅台碳达峰碳中和行动方案》（以下简称“方案”），明确了双碳战略实施路线和举措。

2024 年，公司根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 14 号—可持续发展报告（试行）》要求，参考国际财务报告准则发布的气候相关可持续披露标准¹⁰（简称 IFRS S2），积极开展气候变化情景分析工作。公司结合实际情况，选择由联合国政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 开发的 SSP¹¹1-2.6、SSP2-4.5 和 SSP5-8.5 三个具有高对比性的情景，通过对不同情景及时间维度下气候风险与机遇的进行分析，审视气候变化带来的可能影响，识别气候机遇，制定具有前瞻性的气候变化应对策略。

情景选择情况

温度情景	物理气候情景	转型气候情景
大于 3° C	SSP5-8.5	/
2° C-3° C	SSP2-4.5	/
小于 2° C	SSP1-2.6	

根据气候变化风险管理工作实际开展情况，结合双碳行动方案，公司对气候风险演化的紧迫性、技术实施周期的渐进性及战略目标协同的系统性进行综合考量，将气候风险划分为短期、中期、长期风险，以便于有序开展风险应对工作，提升管控实效。

气候风险时间范畴

时间范畴	时间段
短期	2025-2030
中期	2031-2040
长期	2041-2060

结合选取的不同气候情景，公司开展气候变化风险识别与评估工作，将气候风险类型划分为实体风险及转型风险，全面梳理公司原材料获取、生产运营、物流运输、门店销售等环节中可能面临的气候风险，评估风险发生的可能性、影响程度及适应力，并采取针对性的应对措施，协同上下游共同应对气候变化风险。

¹⁰ 气候相关可持续披露标准 (Climate-related Sustainability Disclosure Standards)

¹¹ 共享社会经济路径 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs) 情景

气候变化风险识别及应对

风险类型	风险描述	应对措施
实体风险	急性风险 • 强降雨、高温、泥石流、山火等情形出现，影响正常作业； • 因供电、供水、供气、道路等受损，影响原料供应、物流配送、能源供给等，从而导致成本上涨，产能和指标下降。	• 建立赤水河流域及产区的生态环境实时监测体系，对可能引发急性风险的气候变化因素进行及时预警，以便提前采取应对措施； • 制定极端天气应急预案，建立极端天气应对工作机制，定期开展应急演练； • 制定具有针对性的工装标准，在高边坡、易滑坡区域合理设置挡墙，建立分散式供水泵房、配套双回路电力供应系统等； • 开展定期地质及工程状况监测等工作； • 开展厂区天然溪沟、排水渠道定期清理。
	慢性风险 • 气候环境慢性变化，将导致：高粱、小麦等主要原料品质及风味发生变化；酿造微生物环境发生变化；水环境及水质发生变化；从而影响酒体品质及风味。	• 建立原料战略储备机制； • 持续关注全球气候变暖趋势，深入探讨气候变暖对粮食的可能影响； • 加强微生物的基础研究，明确茅台核心产区微生物基本特征； • 对公司生产涉及的重要原材料开展保育研究工作，了解其适宜生长条件； • 开发岸滤等新兴水质净化技术，保障酿造用水安全。
转型风险	政策与法律风险 • 法律法规对流域水环境的监管要求日益趋严，将导致赤水河资源的使用受限。 • 碳交易、碳税、环保税等政策逐渐落实，绿色低碳转型势在必行，对于公司节能减排实践提出了更高要求。	• 开展水足迹分析，针对性研究降低水耗方案，降低产品受影响概率； • 持续强化赤水河流域生态治理工作。 • 关注全球气候政策趋势； • 科学制定减碳方案并实施； • 完善生产运营过程的节能减排计划。
	监管要求 • 监管机构对企业申报的环境数据准确性有更高要求，增加公司环境信息统计压力及合规风险。	• 严格按照合规要求进行信息披露； • 完善环境监测平台建设。
	技术风险 • 政府对生产型企业能源消耗的管控趋严，公司在生产运营中需为节能降耗投入更多技术成本。	• 持续推进低碳节能技术研发工作； • 引用低碳环保设施； • 优化酿造工艺与技术，发展循环经济模式。
	市场风险 • 市场对绿色品牌及产品的偏好日益明显，增加公司低碳生产及运营的压力。	• 结合全生命周期碳足迹盘查，有序降碳； • 开展包材轻量化、绿色化改造项目； • 选择更加绿色低碳的供应商。
	声誉风险 • 应对气候变化工作未达到利益相关方的预期，可能对公司的商誉造成负面影响。	• 加强利益相关方沟通，了解、回应其诉求； • 积极宣贯公司在绿色低碳方面的进展，如绿色包装、可持续采购、循环经济； • 定期公开披露公司减排措施及成效。

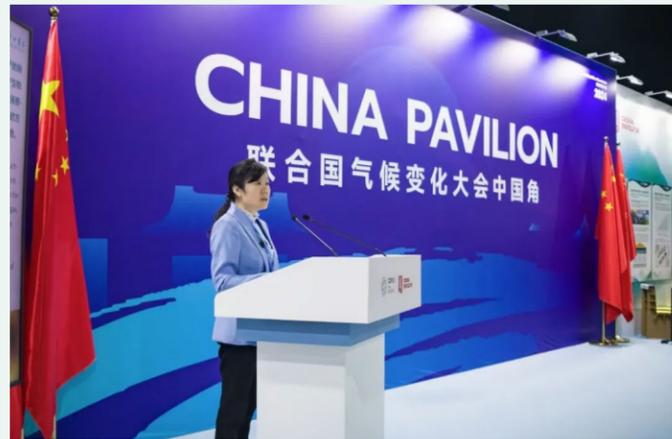
公司构建气候变化风险管理体系，将气候变化风险管理融入公司整体风险管理框架中，确保公司在重大业务决策中考虑气候风险因素。此外，公司前瞻性地探索气候变化相关的机遇，探寻生态增值路径。

气候变化机遇



案例 公司受邀参加 COP29 中国角边会

2024 年 11 月，《联合国气候变化框架公约》第二十九次缔约方大会 (COP29) 在阿塞拜疆巴库召开，达成“巴库气候团结契约”，设定了多项气候融资目标，加速推进了全球应对气候变化的进程。贵州茅台酒作为 COP29 中国角边会受邀企业，展示了公司在生态经济价值转化方面的重要实践。



公司领导受邀参与 COP29 中国角边会现场

III 影响、风险和机遇管理

公司将气候风险纳入公司整体风险管理，设立了系统的风险识别、评估、应对和改进流程，以有效管控气候风险，降低其对公司运营的影响，同时抓住气候变化带来的机遇，推动企业向更加绿色、可持续的方向发展。



III 指标及目标

为切实响应国家碳达峰碳中和战略，推动气候风险管理和监督机制落地，公司以方案为依托，设定了各阶段减排目标，为气候变化工作提供了清晰的指引方向。

2024 年减排目标及进展

- | 减排目标 | 进展 |
|------------------------------------------------|-------|
| 单位工业产值综合能耗较 2020 年 ¹² 下降 14% | ✅ 已达成 |
| 单位工业产值二氧化碳排放较 2020 年下降 19% | ✅ 已达成 |
| 可再生能源消费占整体能耗比重达到 7% | ✅ 已达成 |
| 厂区绿色电力使用范围： 100% 覆盖 | ✅ 已达成 |

2025 年减排目标

- 单位工业产值二氧化碳排放较 2020 年下降 **20%**
- 可再生能源消费占整体能耗比重保持 **7%** 以上，保持茅台产区与和义兴产区绿色电力 **100%** 覆盖

中长期减排目标

- 2030 年前实现碳达峰，单位工业产值碳排放较 2020 年下降 **60%**

¹²2020 年为国家减排目标基准年。

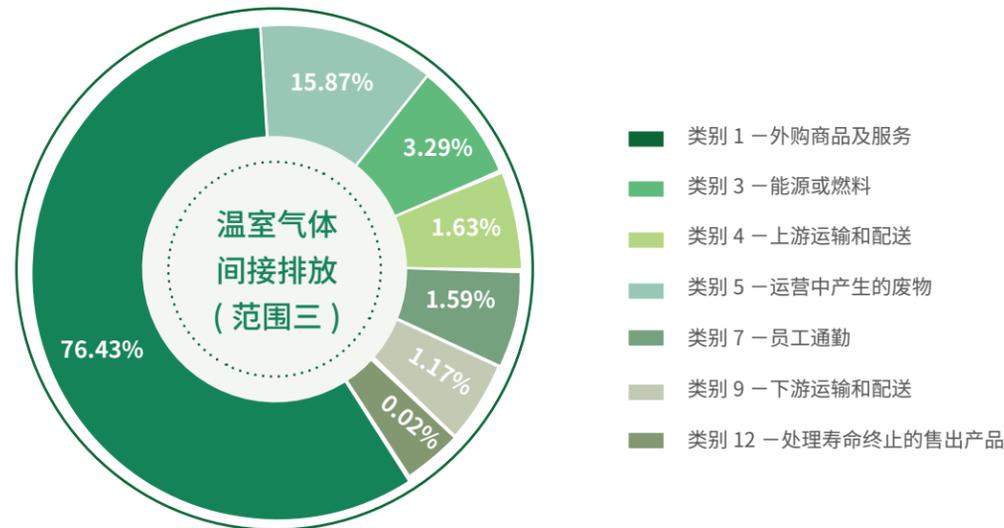
公司主导起草行业碳相关标准《白酒企业温室气体排放核算方法与报告要求》(T/CBJ 2206-2024)《白酒产品碳足迹评价规范》(T/CBJ 2207-2024)¹³, 并于 2024 年发布。

自 2018 年起, 公司持续推进温室气体排放核查行动, 系统剖析各年度碳排放详情, 结合阶段性目标设定情况, 针对性制定降碳策略(目标实践进展及减排实践详见“能源节约”章节)。近 3 年来, 公司单位工业总产值二氧化碳排放强度持续下降。

温室气体范围一、二排放量

指标	单位	2024 年	2023 年
温室气体直接排放量 (范围一) ¹⁴	吨二氧化碳当量	287,811	244,895
温室气体间接排放量 (范围二) ¹⁵	吨二氧化碳当量	2,536	9,883
温室气体排放总量 (范围一、二)	吨二氧化碳当量	290,347	254,778
温室气体排放强度 (范围一、二)	吨二氧化碳当量 / 百万工业产值	2.91	2.95

温室气体范围三排放量



计算依据: 温室气体排放量由专业第三方机构依照 ISO 14064、IPCC 指南及《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南(试行)》《温室气体核算体系: 企业核算与报告准则》等国家相关标准进行核查。

¹³<https://www.cada.cc/Item/1453.aspx>

¹⁴ 范围一排放量增加原因: 2024 年投产量增加导致天然气使用量增加。

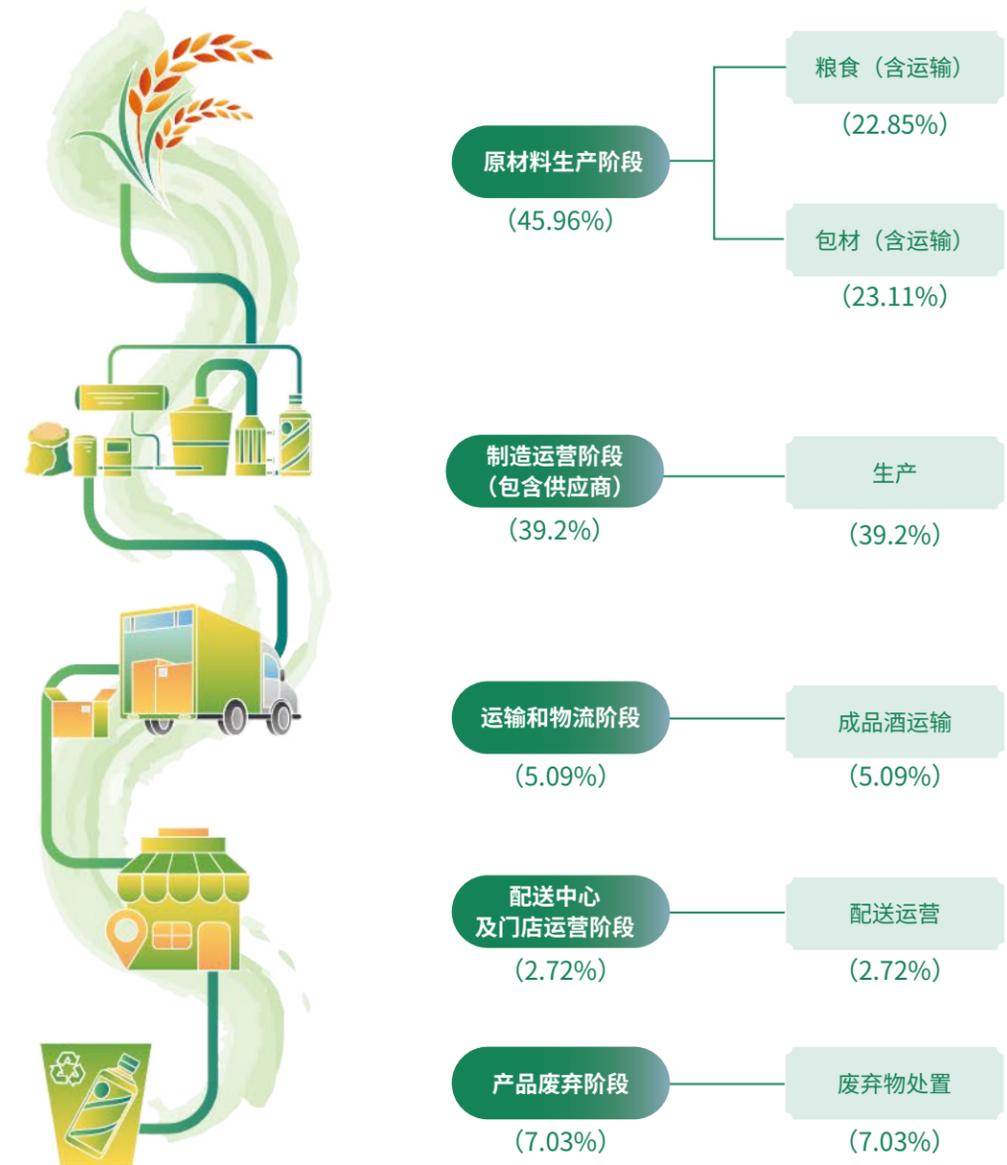
¹⁵ 范围二排放量减少原因: 2024 年购买绿电量增加。

产品碳足迹

2024 年, 公司依据 GB/T 24067-2024 和 ISO 14067:2018《温室气体 产品碳足迹量化要求和指南》标准, 同步参考白酒行业碳足迹核算标准和飞天茅台酒碳足迹核算企业标准进行产品碳足迹评估, 其中规定了量化和通报产品碳足迹(CFP)的原则、要求和指南, 方式与国际生命周期评估标准(LCA)(ISO 14040 和 ISO 14044)一致。

公司对核心产品开展全生命周期碳排查, 包括原材料生产、制造运营、运输和物流、配送中心及门店运营、产品废弃等各个阶段进行了碳足迹评估与测算, 进一步识别了各环节碳减排潜力, 为制定各阶段减排计划、设定碳足迹减排目标、推动供应链减碳打下基础。

核心产品¹⁶全生命周期碳足迹测算结果(以碳排放占比表示)¹⁷



¹⁶ 核心产品指贵州茅台酒(飞天)。

¹⁷ 碳足迹测算中, 碳排放量依照每瓶产品在各环节排放的二氧化碳当量计算, 百分比数据为每瓶产品在各环节二氧化碳当量的排放占比。

通过对核心产品碳足迹影响因素的全面分析，公司识别了各环节的碳减排潜力，制定了覆盖核心产品原材料生产、生产阶段核心设施、运输车队、路线和装载管理、全体配送中心等全生命周期碳减排计划，并在生产运营的各个环节取得了良好的成效。（碳减排计划详见“能源节约”章节）

2024 年，公司邀请中国环境科学研究院工程师为包材供应商开展了碳足迹核算线上培训，提升供应商环保意识，建设更加绿色低碳、可持续的供应链。此外，我们要求核心包材供应商提供能源数据和碳排放数据，共计对超 50 余家包材供应商开展了能耗摸排工作，为公司挖掘供应商降碳潜力、扩大评估范围、推动供应链减排奠定了基础。

案例 贵州茅台首个“零碳”会议落地，展现公司绿色使命

2024 年 12 月，公司举办采购与供应链大会，经第三方专业机构评估和核算，大会举办期间产生的 87.62 吨二氧化碳当量的温室气体被完全抵消处理，公司获颁“碳中和”证书，首个“零碳”会议正式落地。大会期间，公司采取多样化减碳行动助力“零碳”会议达成：

- 使用零碳纸张和零碳纸巾；
- 使用“种子纸”（即，可种植纸）制作嘉宾证、台历伴手礼，以及环保可降解材料制作伴手礼手提袋；
- 采用可循环使用的太空铝板、水晶制作优秀供应商奖杯，在制作工艺方面，也选择了与铸造、锻造等工艺相比能耗更低、碳排放更少的雕刻工艺；
- 通过房间内的环保温馨提示卡向各位参会嘉宾发出环保倡议。



采购与供应链大会

碳足迹目标进展：

目标：2024 年单位产品二氧化碳排放较 2020 年下降 **2%**

2024 年进展：单位产品二氧化碳排放较 2020 年下降 **3%**，完成年度目标

资源高效利用

公司聚焦“水”“能和碳”“气”“声”“固废”五个方面，持续完善生态环境一体化监控网络，通过高效利用资源与能源，推广使用可再生、环保的包装材料，探索可再生能源应用等方式，不断创新绿色发展新方法、新技术和新路径，持续擦亮高质量发展的生态底色。

能源节约

公司贯彻落实节能环保理念，加强能源体系管理，推动节能减排技术研发与应用，扩大可再生能源使用范围，打造节能环保标杆企业。

能源管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等法律法规，建立《能源管理手册》《能源运行管理规定》《能源数据管理规定》等制度文件，遵循“依法管理、技术进步、降耗增效、有效监督、持续发展”的原则开展能源管理工作。2024 年，公司接受贵州省发改委组织的节能诊断，以及遵义市工业和科技局组织的节能监察，进一步明确了公司的能源使用情况和节能成效，为公司能源管理精细化指明了方向。

2024 年，公司顺利通过 GB/T 23331-2020/ISO 50001:2018 能源管理体系的再认证审核，能源管理体系持续有效运行。



能源管理体系认证证书

节能降碳计划

公司识别评估原材料生产、制造运营、运输物流、配送中心 / 门店运营等各阶段的能源使用情况，通过节能技术研发、生产工艺优化、节能设备升级、能源结构优化等方式，全力实施节能降碳计划。

各环节节能降碳计划

原材料生产

- 持续使用有机肥和绿肥提升土壤有机质含量，增强土壤碳汇；
- 高粱基地推进就近收储方式，通过就近收储站点交售，减少粮食长途运输的能耗和排放，缩短运输时间，降低粮食损耗；
- 要求小麦供应商基地仓到中转仓主要采用铁路等低排放运输方式，减少运输过程中的碳排放；
- 修订《包贮材料供应商管理细则》，将 ESG 纳入供应商评价体系，激励供应商积极开展节能减排、环保研发、生产工艺改进、能源使用优化、绿色采购、可持续印刷等绿色低碳转型活动。在过去两年中，有三家包装材料供应商成功申报国家级绿色工厂，另有六家供应商成功申报省级绿色工厂。

制造运营

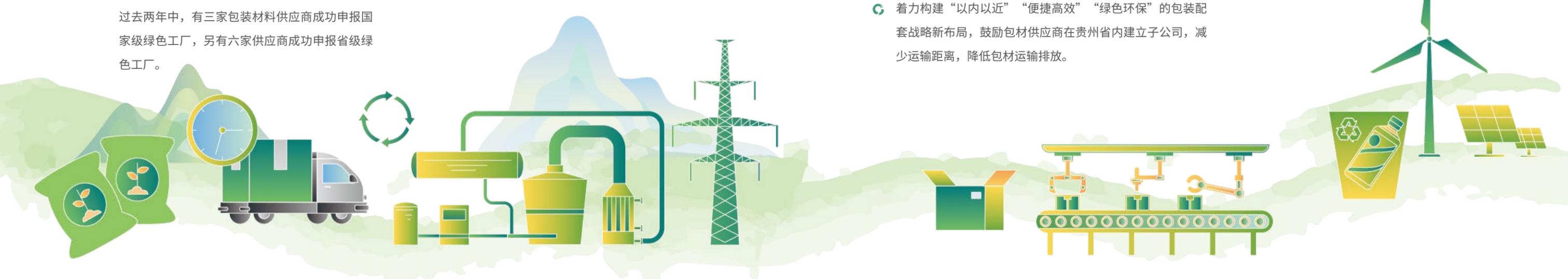
- 完善能源管理制度，统筹资源配置，保障体系实施和运行；
- 开展多项节能技术研究，包括电极锅炉的应用可行性研究、二氧化碳热泵 + 高温热泵与闪蒸系统等新型节能技术、制酒水冷双循环冷却及余热回收系统、蒸汽管网信息化系统；
- 开展用电负荷增容，并与电力交易中心签订长期绿电采购协议，以满足转型需求；
- 使用新型高效机电设备。

运输物流

- 编制《绿色物流规划实施方案》，从成品酒仓配体系、粮食仓配体系、干线运输、智慧化平台、绿色物流公路港、绿色园区六大重点领域落实绿色物流举措；
- 采用智能仓储管理系统，实现库存精准定位和高效管理，提高空间利用率、降低仓储成本、缩短搬运设备运行距离；
- 加大清洁能源运输车辆使用，在酒糟运输过程中，清洁能源运输车辆占比超过 20%；
- 使用先进的仓储设备，实现仓储、输送、分拣的自动化，通过智能化手段调度运输车辆，有效减少机动车的运行次数和等待时间，降低能源消耗和碳排放；
- 着力构建“以内以近”“便捷高效”“绿色环保”的包装配套战略新布局，鼓励包材供应商在贵州省内建立子公司，减少运输距离，降低包材运输排放。

配送中心 / 门店运营

- 推进玻璃瓶回收行动，在合肥、成都两地试点开展玻璃瓶等包装材料的回收资源化利用，逐步提升酒瓶回收资源化比例；
- 门店通过召开工作会议、开展环保培训、多媒体播放宣传视频等形式增强员工环保意识；
- 组织员工签订“节能降碳、绿色环保”倡议书等，引导员工践行绿色低碳的生活与工作方式。



节能技术研发



能源消耗量

指标	单位	2024 年	2023 年
不可再生能源消耗量 ¹⁸	吨标煤	171,186	144,174
可再生能源消耗量 ¹⁹	吨标煤	14,827	11,270
综合能源消耗量	吨标煤	186,013	155,444
综合能源消耗强度	吨标煤 / 百万工业产值	1.86	1.80

节能意识提升

公司通过定期组织节能培训与宣贯，提升员工节能意识。

案例 组织能源管理培训

2024 年，公司组织开展能源管理培训，培训内容包括节能管理基础知识、管理业务指导、制度宣贯、法律法规、标准宣传等，覆盖公司制酒、制曲、包装、勾贮等主要生产单位以及能源管理相关职能部门，进一步增强了公司设备、能源、测量管理人员的业务能力，提升员工的能源管理知识素养。



能源管理培训现场

¹⁸ 不可再生能源消耗量增加原因：2024 年投产量增加导致天然气使用量增加。

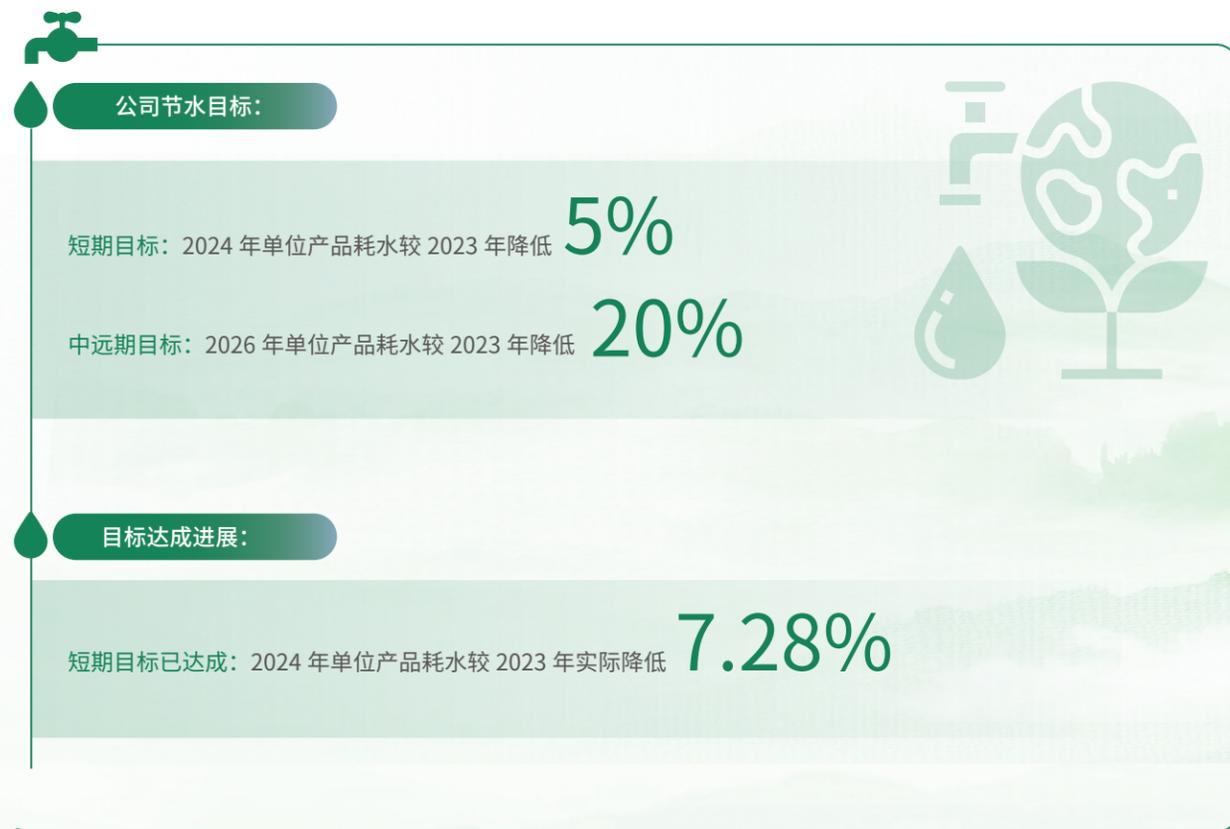
¹⁹ 可再生能源消耗量增加原因：2024 年购买绿电量增加。

III 用水管理

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国水法》等法律法规，将水资源管理融入环境治理架构职责范畴之中，持续推动节水工艺的改造升级与创新探索，持续提升水资源管理水平。

水资源管理

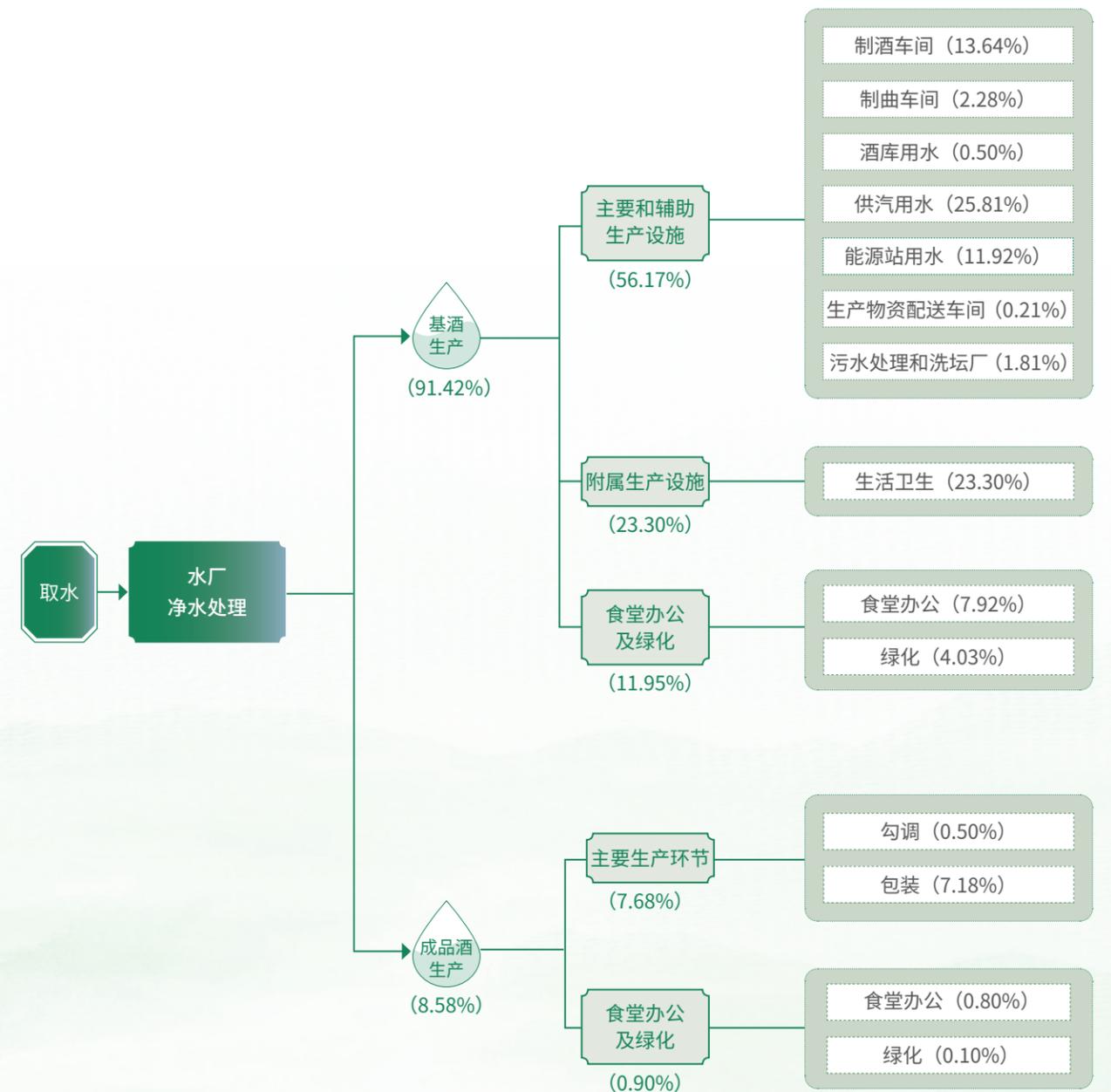
2024 年，公司进一步优化水资源管理制度体系，在《能源管理体系》中增补用水管理内容，根据 2023 年全年用水情况修订水资源消耗标准，明确各单位的用水“定额量”，规范各环节用水管理制度和管理标准。此外，公司制定用水考核实施管理制度，完善水资源考核机制，明确个人用水、单位用水的考核方式，以考核促改进，提升节水效能。



水足迹测算

根据国家“节水优先”方针和《节约用水条例》等相关要求，为实现用水“合规、高效”的目标，2024 年公司聘请第三方机构开展水足迹测算工作，依据《GB/T33859—2017/ISO 14046:2014 环境管理水足迹原则、要求与指南》等适用的法律法规及相关标准，针对核心产品在厂区内的水稀缺足迹和水劣化足迹开展系统性核查，识别出生产、生活及供水各个环节高耗水的“关键节点”，并分类施策，优化节水管理。

核心产品水足迹测算图（以新鲜水消耗量占比表示）²⁰



²⁰ 水足迹测算中，百分比数据为每瓶产品各个环节耗水量占生产阶段用水的比例。

公司根据水足迹测算结果，形成《用水提升行动计划（2024 年—2026 年）》，详细拆解了覆盖所有业务的用水提升工作任务清单，明确各环节节水措施，提升水资源管理水平。

各环节节水措施



公司积极利用中水替代新鲜水，减少新鲜水使用量，推动水资源的高效循环利用。

案例 中水回用

2024 年公司积极开展中水回用推广建设工作，基于制酒二十七车间开展的“中水试点”试用情况，编制完成中水回用可行性研究报告。

案例 锅炉水处理工艺改造

2024 年公司继续开展锅炉水处理工艺改造，采用“反渗透+浓水回用”工艺，锅炉水处理用水量减少 24%。

案例 员工节水宣传

2024 年，公司开展面向全员的节水培训宣传，内容包括节能节水形势、国家法律法规及标准、节水意识、知识宣传等，覆盖公司制酒、制曲、包装、勾贮等主要生产单位，有效提升员工节水意识。

水资源管理数据

指标	单位	2024	2023	同比变动率
中水回用量	万立方米	24.24	19.70	23.05%
中水回用比例	/	3.07%	2.32%	32.32%
新鲜水抽取量	万立方米	635.11	658.50	-3.55%
新鲜水抽取强度	万立方米 / 百万工业产值	0.0064	0.0079	-19.43%
总抽取水量 ²¹	万立方米	635.11	658.50	-3.55%
水循环利用率 ²²	/	85.45%	87.07%	-1.86%
新鲜水消耗量 ²³	万立方米	789.65	847.96	-6.88%
新鲜水消耗强度	万立方米 / 百万工业产值	0.0079	0.0098	-19.25%
水资源消耗总量 ²⁴	万立方米	813.89	867.66	-6.20%
水资源消耗强度	万立方米 / 百万工业产值	0.0082	0.0098	-16.77%

水压力评估

公司重视水风险管理，通过识别、评估、量化如水资源短缺、水质污染、洪水等潜在水风险，确保水资源的可持续利用。

2024 年，公司引入世界自然基金会 (WWF) 水风险过滤器 (Water Risk Filter)，从物理风险、监管风险和声誉风险 3 个维度，对公司旗下全部工厂进行了水风险评估。评估发现，公司总体面临的监管风险较低，声誉风险和物理风险中等。

监管风险

- 监管政策及实施计划
- 水资源管理工具情况
- 基础设施

物理风险

- 水资源可用性、水资源质量
- 干旱、洪水
- 生态系统

声誉风险

- 环境因素、社会经济因素
- 媒体等其他声誉风险

通过运用国际通用的水风险评估工具，公司初步明确了可能面临的水风险，并针对性制定措施，跟踪执行和效果，有效应对水风险挑战。

此外，公司持续开展赤水河流域的水生态承载力评估，对流域内的水质及生态系统状况进行调查，建立 SWAT 模型对水质及微生物进行动态分析。通过对水中 COD、DOC 等指标的纵向评估，识别工厂生产对水环境的影响及风险，进一步制定针对性解决措施。

²¹ 新鲜水抽取量 + 替代用水抽取量。

²² (循环量 / (循环量 + 取水量)) * 100%。

²³ 新鲜水消耗量包含新鲜水用量及市政用水量。

²⁴ 水资源消耗总量包含新鲜水消耗量及中水回用量，本指标对 2023 年数据进行了修正。

供应商用水管理

公司积极倡导供应商践行绿色发展理念，制定《供应商可持续发展实施方法》，倡导全体供应商进行资源保护与循环利用，鼓励供应商开展节水行动。同时，协同供应商持续优化节水策略，提升产业链水资源利用效率。

公司制定《包装洗瓶用水量优化及 500ml 茅台酒（乳白玻璃）酒瓶使用有效期验证试验方案》，由各部门协同，就包装车间洗瓶用水状况、酒瓶供应商的生产和仓储改进情况进行试验，研究洗瓶机参数及酒瓶存放时间对酒瓶洁净度的影响，为后期减少包装车间及供应商洗瓶用水、分级划定储存有效时间提供依据，减少包材洗瓶过程的水资源浪费，提升公司及产业链用水效率。

供应商节水亮点

包材供应商

- 采用水性综合废水处理设备，实现工业用水循环利用；
- 优化数据采集与用水管理；
- 引入先进的预处理设备，实现洗瓶废水回用；
- 酒瓶供应商的窑炉冷却系统改造，安装循环水泵构建循环冷却系统，循环使用冷却水；
- 积极调研并引进新型节水设备和工艺，如干式清洗技术和污水深度处理技术，推动生产过程中节水技术升级；
- 在生产植物纤维产品（如纸托）时，分散浆板处理的关键环节水循环率接近 100%，显著节约生产用水资源。

原材料供应商

引入“地中埋管送水 + 喷灌”技术，与大水漫灌相比，节水达 30%-50%；



收集自然降水，沉积地下，减少水源流失



利用智慧监测系统，确定喷灌量和喷灌时间



采取地下埋管，节省耕地

采取多样化节水措施

设定合理节水目标

- 酒瓶供应商设定 2025 年较 2024 年单台窑炉月平均用水量计划减少 5% 的目标；
- 以 2022 年为基准，截至 2030 年实现用水强度平均每年下降 1.5% 的目标；

维护社区关系

公司与社区保持良好关系，尽可能减少对赤水河及周边社区的影响，与政府、社区周边居民建立沟通对话机制，严格落实监管机构要求，及时处理社区居民合理诉求。

为有效应对赤水河（仁怀段）生态环境挑战，促进流域生态健康与可持续发展，公司与仁怀市政府建立联防联控机制，统筹水资源、水环境、水生态三水共治，通过一系列水资源管理、污染源监控等措施，维护赤水河流域生态系统健康，持续改善赤水河流域（仁怀段）干支流水质。

案例 开展赤水河守护行动

公司员工及志愿者采用巡河五步法（河流情况调查、物理指标观察、化学指标检测、生物指标观测、亲水行为）开展赤水河巡河行动，净滩垃圾达 19.37 公斤，守护赤水河水水质生态。



赤水河巡河行动

CDP 水问卷

2024 年，公司积极填写 CDP 问卷，以更严苛的标准审视自身的水资源管理体系和流程，推动公司评估自身运营过程、价值链上下游水资源使用情况，梳理面临的水资源风险，分析了自身用水量，进而精准定位节水潜力点，在生产、非生产等各个环节推进节水新工艺、新技术的落地应用，进一步提升水资源管理的认识，保障了取水、用水的稳定性。



绿色包材

2024 年，公司制定并发布《包材轻量化、绿色化发展规划》²⁵，承诺遵循绿色设计理念 and “3R1D” 原则（即减量 Reduce、再利用 Reuse、再循环 Recycle、降解腐化 Degradable），竭力降低制造过程对环境的负面影响。此外，公司研究制定《包材轻量化、绿色化发展实施方案》，推动落实包材轻量化、减量化、绿色化、循环化工作，助力包材绿色产业链生态链建设。



《包材轻量化、绿色化发展实施方案》重点工作：

- 倡导高效低碳，推进包材材料减量化轻量化 
- 坚持生态优先，推动包材材料绿色低碳转型 
- 秉持绿色革新，打造可持续包材材料供应链 
- 建立健全体制机制，促进供应链绿色化发展 

减量化、轻量化

公司将包材轻量化、减量化视作重要战略方向，在保障产品质量、消费者体验的前提下，持续探索包装轻量化，最大限度地减轻公司产品的包装重量。



重点工作

- 开展酒瓶轻量化项目研究，实验取得初步成效：在保证酒瓶强度的前提下实现将 500ml 乳白玻璃酒瓶重量由 480 克减轻至 450 克，从而达到减轻酒瓶重量 6.25% 的目标。
- 产品物料清单优化，减少配件配件：在飞天、生肖、精品、尊品等产品中全面取消识别器和箱标使用，减少塑料制品用量 382 吨。在满足消费者需求的前提下，采用更加科学、便捷的“6+3”²⁶ 模式推动提袋配置减量。
- 践行绿色理念，推动以竹代塑：在生肖酒、茅台 1935、大曲 80 年代等新产品开发中使用竹浆纸托替代珍珠棉底托和绒布，不断推动彩盒的绿色化程度提升。
- 优化产品设计和材质使用：茅台 1935 酒提袋运用新设计理念，简化产品印刷工艺，采用特种纸进行生产，取消提袋表面覆膜。

²⁵ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

²⁶ 提袋配置选择更加灵活，优化提供。

绿色化、减废化

公司加大绿色包材研发力度，探索绿色包材转型革新，制定发布《新产品开发管理规定》《包装材料技术黑名单（环保类）》《包装材料禁用限用清单》《新产品开发包装材料负面清单》等制度文件，明确绿色包装材料研发与选用原则，并带动包材供应链的绿色变革。



重点工作

- 与陶瓷酒瓶供应商携手推进创新项目，试点采用永磁螺杆真空泵以替代滑阀泵，设备能耗降低 25%。同时，试点采用超高压空心注浆技术，通过树脂模具取代传统石膏模具的可行性。引进烧结碳化硅薄壁窑具，相对原有窑具可节约 4.5% 的天然气使用量。
- 推动晶琪公司酒瓶质量改进提升专项工作，显著提升合格率，其中良品率提升至 90%。同时，玻璃使用量占比提升至 20%-30%，显著提高资源二次利用率。



目标及进展

绿色化、减废化进展：

2024 年，公司可再生包材占比达 32.31%

绿色化、减废化目标：

基准年：2024 年

目标年：2027 年

到 2027 年，可再生包材占比较 2024 年基准值提升 8%。

案例 贵州茅台发布“揭榜挂帅”科研项目榜单

2024 年 12 月 5 日，公司在 2024 第五届合成生物制造产业大会发布两项“揭榜挂帅”科研项目榜单——“基于生物基材料的白酒包装覆膜研究”与“基于生物基材料的白酒包装（酒瓶）底座研究”，每项资助 300 万。

公司主动拥抱合成生物学技术，通过开放式创新平台联动产学研资源开发可降解生物基包装材料，探索传统化石基包装材料替代场景。我们依托 IT（信息技术）、BT（生物技术）、FT（食品科技）、MT（材料技术）的“4T”创新体系，将前沿科技深度融入 ESG 战略实践，通过前沿技术突破带动产业链绿色升级，加速自身绿色化转型。

循环回收

2024 年，公司在《茅台酒玻璃酒瓶回收再利用试点实施方案》基础上，进一步制定了《茅台酒空瓶回收项目实施方案》，并在四川省、安徽省开展试点工作，试验空瓶回收资源化处理，为逐步向全国、全球市场拓展、构建全方位的包装材料资源化利用生态体系打好基础。

此外，公司还针对重点包材供应商设置相关目标。

以 2027 年为目标年：

要求玻璃酒瓶、纸制品、瓶盖等重点包材供应商

单位工业产值综合能耗较 2024 年基准值降低 **5%**

可再生能源消费比重较 2024 年基准值提升 **6%**



公司持续探索增加环保宣传和环保标志的可行性，倡导绿色发展理念，同时以标签的形式向消费者进行回收宣传。

2024 年，我们积极探索酒瓶绿色回收活动，充分调动消费者积极性，让消费者在享受美酒的同时，也能为地球的可持续发展贡献一份力量，进一步激发消费者的环保意识。

包装材料消耗量*

名称	单位	2024 年 ²⁷	2023 年 ²⁸	同比变化
玻璃酒瓶	吨	81,820.23	71,117.67	15.05%
彩盒	吨	40,391.32	35,679.68	13.15%
丝带	吨	80.91	76.61	5.61%
金属瓶盖	吨	1,070.33	799.06	33.95%
塑料瓶盖	吨	3,336.16	2,886.48	15.58%
陶瓷酒瓶	吨	11,676.25	11,429.43	2.16%
纸箱	吨	13,511.21	12,156.04	11.15%
提袋	吨	9,526.98	9,285.11	2.60%
总量	吨	161,413.39	143,448.07	12.52%

* 注：公司已在绩效表中披露所有的包装材料使用数据。

²⁷ 包装产量较 2023 年增加。

²⁸ 本年度对 2023 年包材数据进行复核，扩大数据统计范围至全面口径。

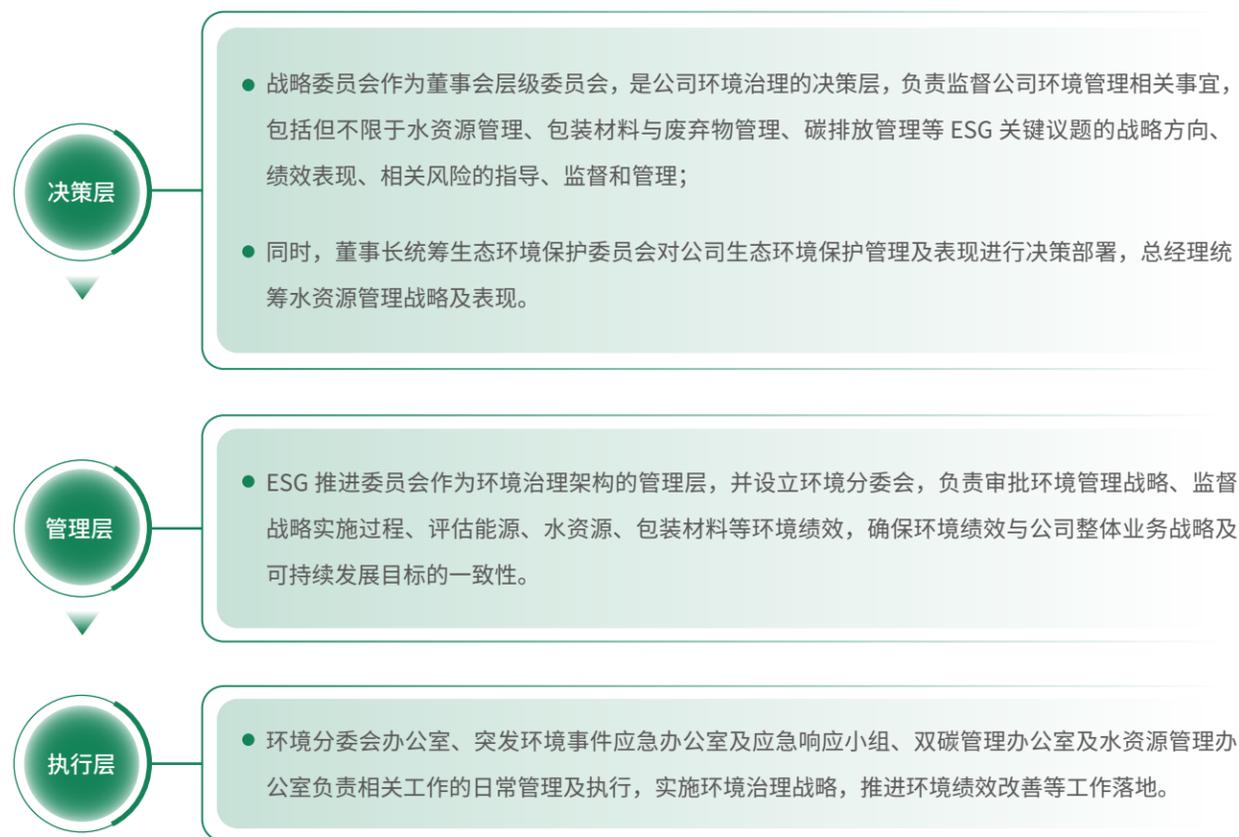


保护绿色环境

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》等法律法规，确保废弃物与污染物合规处置，竭力降低因生产运营对环境造成的负面影响。坚持经济与生态协调发展，制定《关于建设习近平生态文明思想实践示范基地和打造行业生态环保标杆企业总体方案》《生态环境保护合规指引》《生态环保管理办法》等制度文件，健全完善生态环境保护体系，积极构建生产空间集约高效、生活空间绿色低碳、生态空间山清水秀的“三生空间”。

III 环境管理

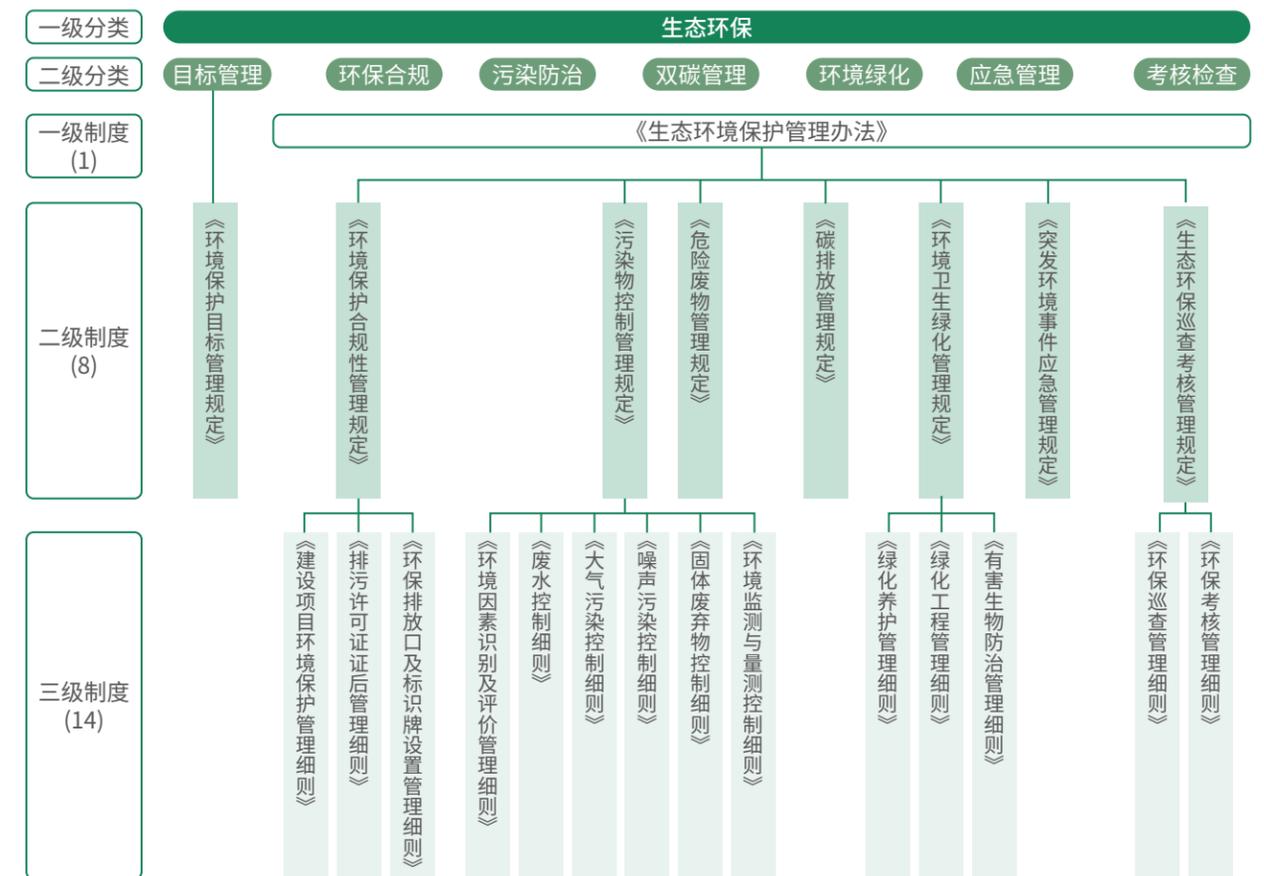
公司建立健全环境治理架构，完善环境管理、能源、水资源、包装材料、废弃物与污染物、生物多样性等各项环境议题的管理机制。2024 年，公司发布《贵州茅台酒股份有限公司 ESG 管治架构》²⁹，压实各层级环境管理责任，并在《生态环保管理办法》当中增加考核细则，以制度为依托，将环保绩效指标与公司高级管理人员及执行员工的薪酬相挂钩，筑牢公司绿色发展根基。



公司在 2001 年通过 ISO 14001 环境管理体系认证，2024 年，仍处于环境管理体系 GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015 认证有效期内，认证覆盖范围³⁰超 95%。

在环境体系基础上，持续完善管理制度，制定了废水、大气、噪声、固废、废机油、环境因素识别及评价、环境监测与测量、新改扩建项目环境影响、环境卫生绿化等控制程序，形成了环保制度地图，全方位把控环境管理流程，提升环境管理效能。

2024 年，公司未发生重大环境违规事件。



环保领域制度地图

环境过程管理

公司积极拓宽信息收集渠道，通过电话访谈与现场交流等方式获取相关方的期望和诉求，并运用关键成功因素矩阵（KSF）工具，确定了生态环境管理过程中的 7 个核心关键要素，从而高效分配环境管理资源，有的放矢地提升生态环境管理水平。

²⁹ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

³⁰ 认证范围以营收占比进行计算。

强化酿造生态保护



- 加强酿酒水源保护
- 提高空气质量
- 维持产区微生态稳定性
- 助力流域绿色共护

提高污染治理水平



- 健全环境管理体系
- 降低污染物排放
- 保障废弃物合规处置

促进资源能源高效利用



- 提高能源利用率
- 提高资源利用率
- 促进废弃物资源化利用

推动绿色低碳发展



- 完善气候变化管理
- 减少温室气体排放

绿色科技创新



- 新技术、新工艺、新材料、新装备研发

完善环境监测体系



- 搭建环境监测综合数据管理平台

健全现代环境治理体系



- 合法合规
- 环境问题及时解决
- 高效治理
- 环境隐患及时消除

环境应急管理

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国突发事件应对法》等法律法规，定期根据《突发环境事件应急预案》开展环境事件应急演练和专项培训活动。

案例 突发环境事件应急预案演练

2024年6月，公司开展应急演练活动，模拟车间地下污水管道破损导致污水泄漏，有效提升员工应急处理水平，演练成效显著。



应急演练现场

合规排放

公司聚焦筑牢源头防线、强化过程把控、做实末端攻坚，全方位强化三废综合治理能力，力求将污染物排放对环境的影响降至最低，保障公司废弃物排放合法合规。

废水排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国水污染防治法》等法律法规，按照“分级分质、分类处理、资源化利用”思路，提高废水处理效率，废水排放标准高于国家、地方及行业标准，废水排放详细信息已在年报中披露。

2024年，公司制定《酿造废水处理工艺技术要求》等4项标准规范，2项污水处理技术获得国家专利，本年度，公司未发生与水相关的环境负面事件。

废水排放管理措施



管理层面

- 强化水资源“取供用排”全过程管理，绘制公司水平衡图；
- 制定了《茅台本部排水管网维修改造工作方案》，2024年对老厂区一片区管网进行改造；
- 系统推进中水回用和初期雨水收集，加强污水处理厂运营管理。



设施层面

- 推进管网改造、污水处理厂建设及改造、大型调蓄池和规范化危废贮存库等污染防治设施建设，不断完善基础设施，提升环境治理效能；
- 2024年，5座污水处理厂共计处理排放量218.92万吨，达标率100%，实现中水回用24.24万吨，规范处置污泥1.18万吨。

案例 污水处理绿色升级

公司聚焦酒产业副产物资源化、绿色化、高端化利用，开展窖底水综合利用研发项目，构建源头资源化—过程绿色化—末端生态化的全过程循环利用体系。

窖底水绿色低碳综合利用项目



窖底水绿色低碳综合利用项目

废水排放量

指标	单位	2024 年	2023 年	同比变动比率
污水排放量	万吨	218.92	215.17	1.74%
污水排放强度	万吨 / 百万工业产值	0.0022	0.0025	-12%

计算依据：污水排放强度 = 污水排放量 / 工业总产值。

废气排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，对各废气排放环节全面配备污染防治设施，确保了氮氧化物、颗粒物等污染物稳定达标排放。公司在厂区 5 个空气质量监测站开展氮氧化物、一氧化碳、臭氧、PM10、PM2.5 等指标监测，构建了严格的监测管理体系，为进一步优化生产布局、调整污染防治策略提供科学依据。

2024 年，公司各项废气排放速率及排放浓度均满足《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996) 中相应限值要求，空气质量优良率达 98.36%，废气排放详细信息已在年报中披露。

排放源	废气排放管理措施
建筑施工及作业现场产生的扬尘	加强示范区内在建工程、道路扬尘的规范管理，从源头控制可吸入颗粒物、可入肺颗粒物、臭氧等大气污染物排放。
锅炉工作中产生的氮氧化物	锅炉燃料均使用清洁能源天然气，并在锅炉房安装烟气排放连续监测系统，实时监测氮氧化物排放量。 锅炉烟气处置方式为低氮燃烧工艺，主要污染物为二氧化硫、氮氧化物及颗粒物，均达标排放。
制曲粉尘	按照《大气污染物综合排放标准》(GB 16297-1996)，采取布袋除尘措施进行收集处理。
油烟管理	在各个食堂安装油烟净化设备进行净化处置，每年至少对设备开展 3 次清洗。
汽车尾气控制	印发《新能源车辆推广“3+3”行动方案》，有序推进绿色交通，倡导员工个人出行乘坐公共交通，使用新能源车辆。新能源纯电动车占比连续三年持续上升，2024 年新能源纯电动车达 3,652 辆，占比 14.3%。

废弃物排放管理

公司严格遵守《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等法律法规，建立《固体废物控制程序》《废旧物资回收管理规定》《危险废物管理规定》等管理制度，确保从源头减少废弃物的产生，保证危险废物 100% 合规处置，推进固废规范化管理和资源化利用。

2024 年，为进一步规范管理制曲、制酒酿酒废弃物，公司制定实施《贵州茅台酒股份有限公司茅台酒酿酒废弃物管理细则》，将细则融入日常生产及行为规范中，组织相关员工进行了共计 36 场次的系统性学习，并根据细则内容进行员工考核，有效规范了车间生产酿酒废弃物管理，促进了酿酒废弃物的减排工作。



废弃物减排目标：

2024 年封窖泥减排目标较 2023 年降低 **20%**
已达成目标

案例

强化餐厨垃圾管理，减少食物浪费

在餐厨垃圾管理方面，公司充分利用线上线下宣传平台，大力宣传反食品浪费法律法规、政策措施和经验做法，向全体员工发起“倡导文明新风，树牢节约意识”倡议，组织开展“光盘行动”及承诺活动，全面倡导文明餐桌新风，树立正确的餐饮观。



“光盘行动”倡议活动现场

废弃物排放量

	单位	2024 年	同比变化
废弃物总量强度	吨 / 亿元工业产值	520.61	-4.20%
生产垃圾资源化利用率	/	100%	-

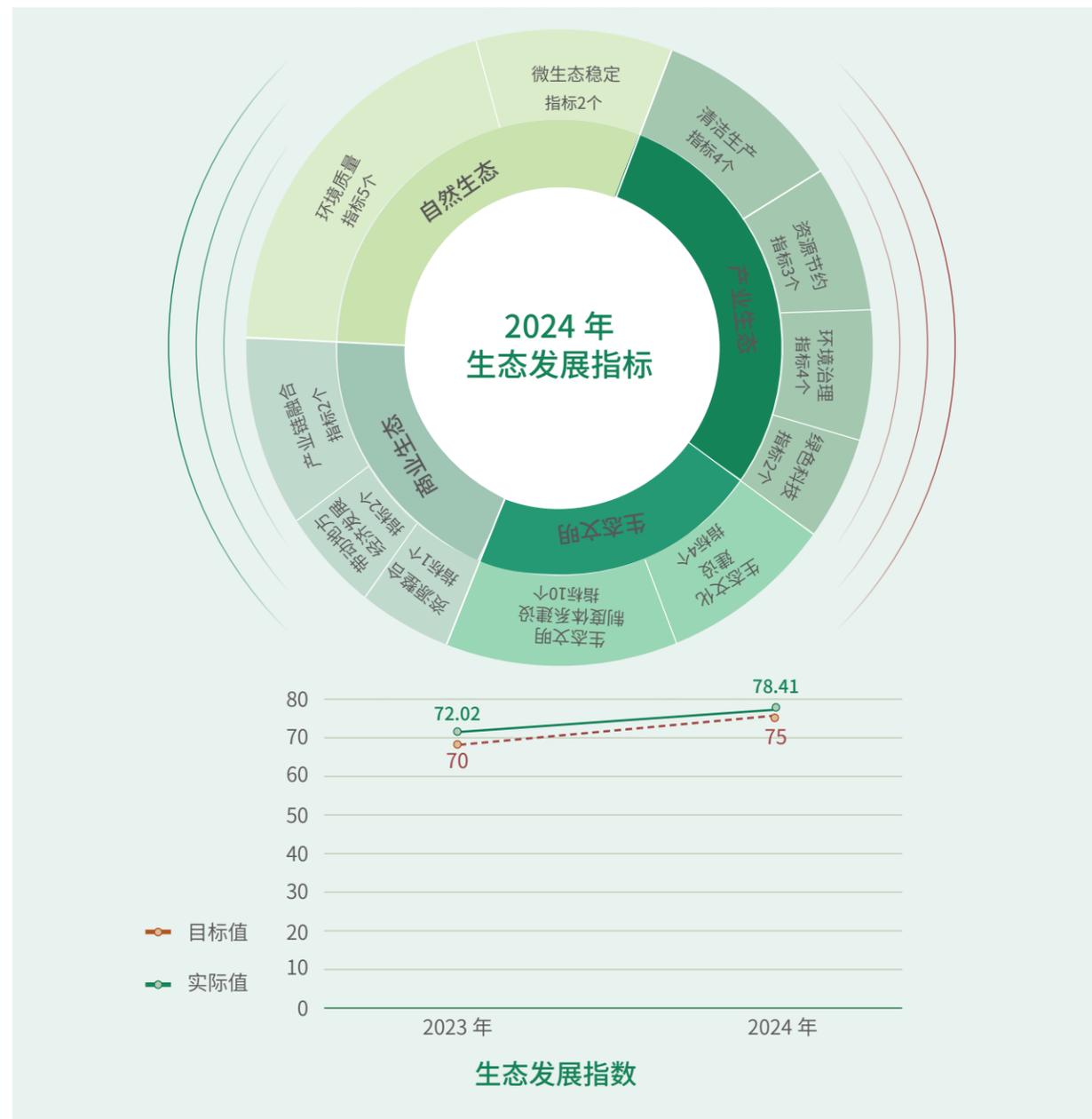
生态发展

公司优化生态发展指数指标体系衡量公司整体绿色发展水平，积极开展生物多样性保护和百千万生态行等活动，打造“三生空间”，守护生态环境，建设绿色家园。

生态发展指数

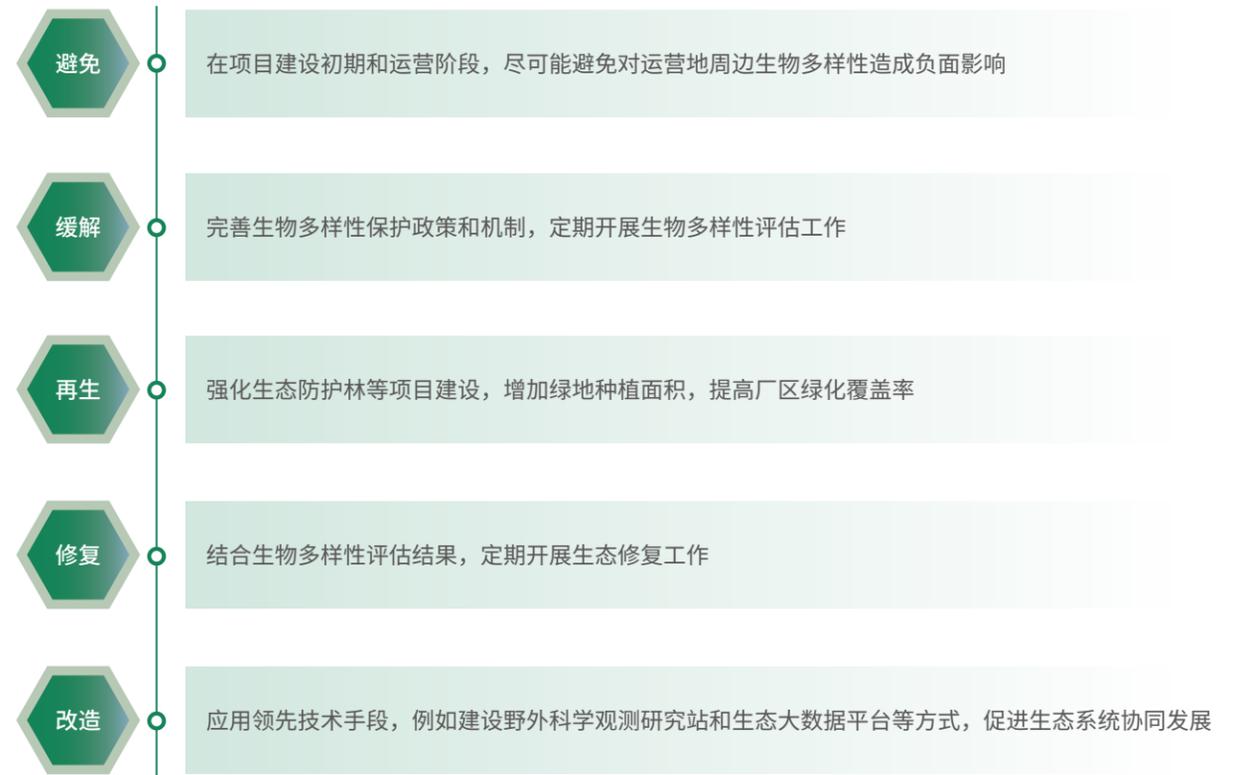
2024 年，公司进一步优化生态发展指数指标体系，全方位衡量公司整体绿色发展水平，从自然生态、产业生态、商业生态、生态文明等 4 个方面、11 个维度、39 个指标进行综合评价，并通过设立绩效指标的方式，为公司绿色发展指引方向。

2024 年生态发展指数达 78.41 分，同比提升 8.9%。



生物多样性保护策略

公司遵循《昆明—蒙特利尔全球生物多样性框架》等生物多样性相关国际公约，我们承诺严格遵守生态保护红线，通过“避免、缓解、再生、修复、改造”的全方位生物多样性保护策略，最大限度地减少因自身运营对周边生态系统造成的干扰。

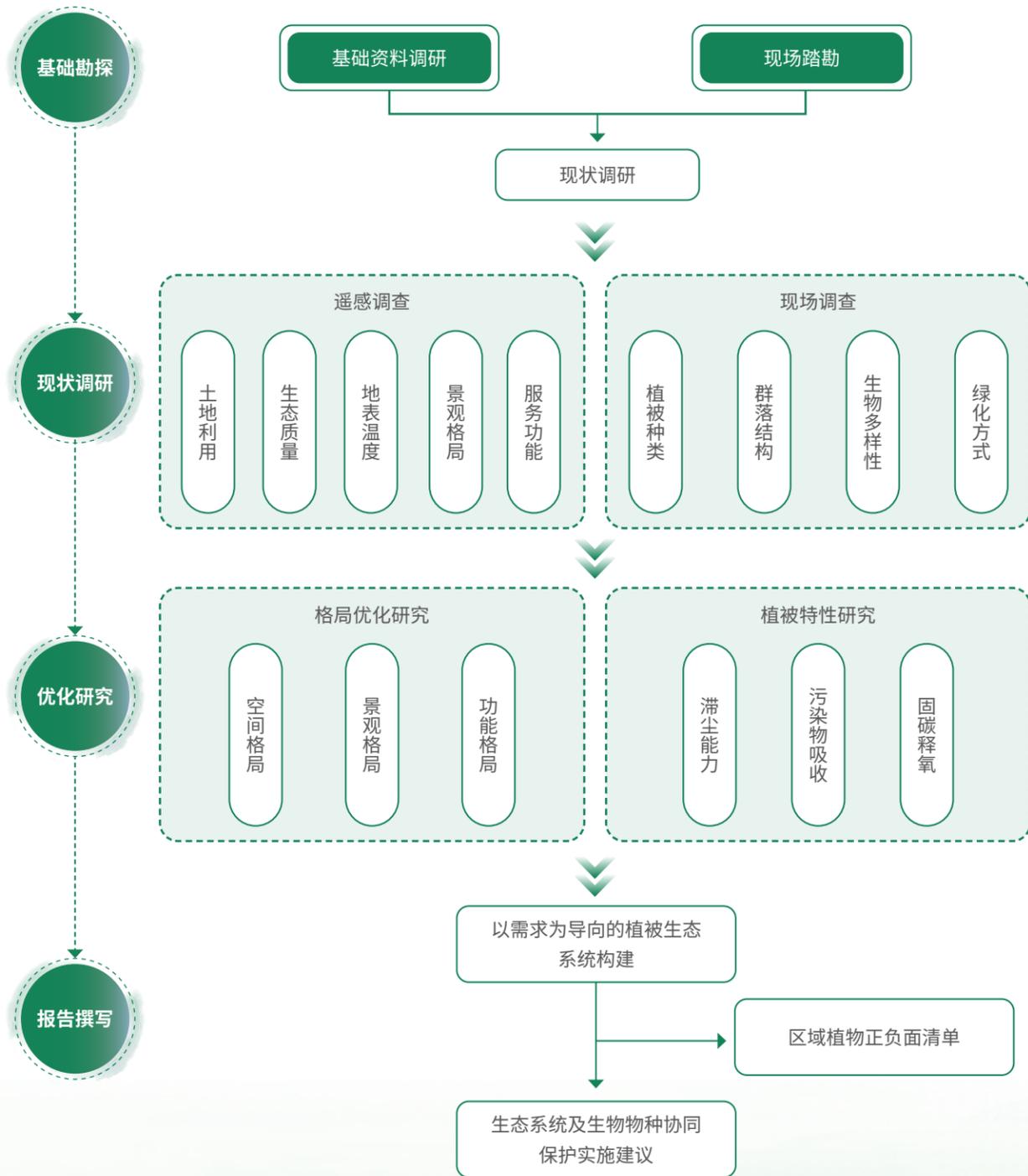


微生物保护是公司生物多样性保护策略的核心之一，我们持续开展微生物的多样性保护工作，形成酿造环境微生物高通量测序数据库框架 1 个、微生物检测关键技术及设备各 1 项，保护酿造过程及环境中的微生物。

生物多样性评估

公司依托茅台酒地理标志保护区，设立贵州省赤水河流域茅台酒地理标志保护生态示范区（以下简称“示范区”），探索出“绿水青山”与“金山银山”双向转化的“生态+文化”模式，总结出“点绿成金 护微提效 以文铸绿 借绿兴农 创制赋能”转化路径。2024 年，为确保示范区生态系统、生物物种得到有效保护，建设与自然和谐共生的美好家园，公司将生物多样性保护写进《GB/T 18356-2007 地理标志产品 贵州茅台酒》国家标准，并与中国科学院生态环境研究中心合作开展示范区植物多样性调查研究工作。

我们开展了生物多样性评估与分析，主要分析内容包括植被群落构建、区域生态空间优化、以需求为导向的植被生态系统构建、区域植物正负面清单梳理等。



生物多样性评估技术路线图

分析结果表明，公司所在运营核心区域生物多样性保持平稳，暂未发现重大生物多样性暴露风险。此外，通过对核心厂区生态系统的全方位分析，公司形成了区域生态空间优化方案、区域植被生态体系建设方案等重点研究成果，同时制定发布了《生态系统和生物物种协同保护实施意见》，为示范区植被生态体系构建及生物多样性协同保护提供有力的技术支撑。

生物多样性保护

进展和现状

- 2024 年茅台产区区域林地及草地总面积比例为 **49%**。

总体目标

- 到 2030 年，生态系统质量保持稳定，区域林地及草地总面积比例维持在 **56%** 以上，生态系统植被覆盖度持续增加，植物物种本地化比例不断增多，物种搭配更为多样化，植物群落结构更为立体化，生态系统服务功能得到增强。
- 到 2035 年，生态系统质量持续提升，区域林地、草地面积比例达到 **58%**，生态系统植被覆盖度稳定增长，生态系统服务功能持续增强，固碳、固土及大气环境净化功能得到较好凸显。

同时，我们积极开展微生物多样性评估工作，运用多种组学技术，在全球范围内首次发现茅台酿造体系中的两株全新梭菌菌种，分别命名为“石窖梭菌”和“茅台梭菌”。利用拼接技术解析微生物结构，公司构建了迄今为止单一发酵食品最大的遗传资源库，包含 1.06 千万条非冗余基因、6,800 余个宏基因组组装基因组，占 2024 年 Cell 发表最大的食品微生物组目录 60% 以上。

原核微生物：
超过 **600** 个科、**2,800** 个属

真核微生物：
超过 **200** 个科、**500** 个属

其中酿造体系中石窖梭菌和茅台梭菌为独有微生物，已登记入册



2024 年，公司完成了赤水河中游流域生态系统贵州省野外科学观测研究站建设，以及上游大锣滩水质水文站及观测站生态大数据平台建设，平台内容包括生态环境综合展示、水质综合展示、环境自动监测站点展示以及包含气象、水质、空气、植被土壤等环境要素的数据展示等。公司依托于平台建设，对赤水河流域的生态状况进行了全方位、全天候的深入分析，为生态保护工作提供了有力的支撑。

案例 贵州茅台荣获“中国 ESG 榜样企业”，展示赤水河保护榜样力量

2024 年 12 月 5 日，中央广播电视总台《第二届“ESG 榜样”盛典》在北京举行，贵州茅台荣获“中国 ESG 榜样企业”称号，贵州茅台董事长张德芹代表公司领奖，分享公司践行 ESG 理念和推动 ESG 实践的经验做法。



公司领导分享茅台生态保护理念

张德芹董事长表示，赤水河是长江唯一没有筑坝的支流，也是众多珍稀鱼类的栖息地。对于贵州茅台而言，公司有责任保护赤水河，也有责任为这片土地打造更加良好的生态环境，帮扶贵州大山深处众多健康的产业陆续孵化出来。公司的发展，只是深入践行“绿水青山就是金山银山”发展理念的一角，未来，贵州茅台还将持续呵护好保护好赤水河流域的生态环境，让赤水河流域的水更清、山更绿、天更蓝。

“三生空间”建设

公司立足“三生空间”布局，启动核心产区环境绿化专项规划，对区域内公园绿地、防护绿地、广场绿地及附属绿地等进行合理规划，大力推进绿化项目建设，完成坛茅快线生态防护林等项目建设，增加绿地种植面积，提高茅台产区绿化覆盖率，打造绿色生态空间。2024 年，公司荣获国家“绿色工厂”称号。



公司获国家“绿色工厂”称号

两山建设

公司积极联动地方政府，以示范区为主体，通过推进实施政企合作共建、生态环境质量改善、生态酿造提质增效、生态产业发展、生态制度创新、生态文化宣传教育等 6 大类 50 余项工程任务，高质量推进“绿水青山就是金山银山”实践创新基地建设，持续拓宽“两山”转化路径，促进绿水青山与金山银山良性互动、双向转化。公司还探索推进碳汇林建设，设立赤水河生态基金，引领流域企业共建“同饮一江水、共护母亲河”的“大保护”格局。

案例 “百千万·生态行”新春植树活动

2024 年，公司连续第三年开展“百千万·生态行”新春植树活动，活动范围和规模较前两年再度扩大，共计 2,500 人种植超 10,000 株苗木，提升广大干部员工生态环保意识，持续助力了“两山”基地建设。

此外，各分、子公司也结合自身实际，同步组织开展了新春环保活动，以植树、巡河、放鱼、清扫、环保宣传等多种形式，共同奏响茅台绿色声浪，共同擦亮茅台绿色名片。



植树活动现场

共享

与社会价值共享

贵州茅台生长在大山，注定有山一样的责任和担当。我们携手各方共促发展，始终坚持发展成果与社会共享，与相关方打造利益共同体、情感共同体和命运共同体。携手各方积极践行社会责任、投身公益、助力乡村振兴，为铸就美好未来贡献力量。



- 产品和服务质量
- 员工管理
- 健康与安全
- 公益与乡村振兴



产品和服务质量

公司坚定“质量是生命之魂”的质量信仰，致力于提供卓越的产品与服务，为消费者高品质的生活和美好体验而不懈努力。

产品质量

我们运用“时空法”匠心质量管理模式，建立完善质量管理体系，实施“5+2”质量监督考核，实现全场景、全产业链、全生命周期质量管控。

质量文化

公司严格落实“三不准、四服从、十二个坚定不移”的质量准则，让质量文化成为全体员工共识，最终转化为过硬的产品和一流的服务。

质量信仰	质量是生命之魂
质量观	崇本守道 坚守工艺 贮足陈酿 不卖新酒
质量及食品安全管理方针	以顾客为中心，以质量求生存，以创新求发展，争创世界一流企业

三不准

不合格原材料不准进厂投入使用

上道工序不合格品不准流入下道工序

不合格产品不准出厂进入市场

四服从

当产量与质量发生矛盾时，产量服从质量

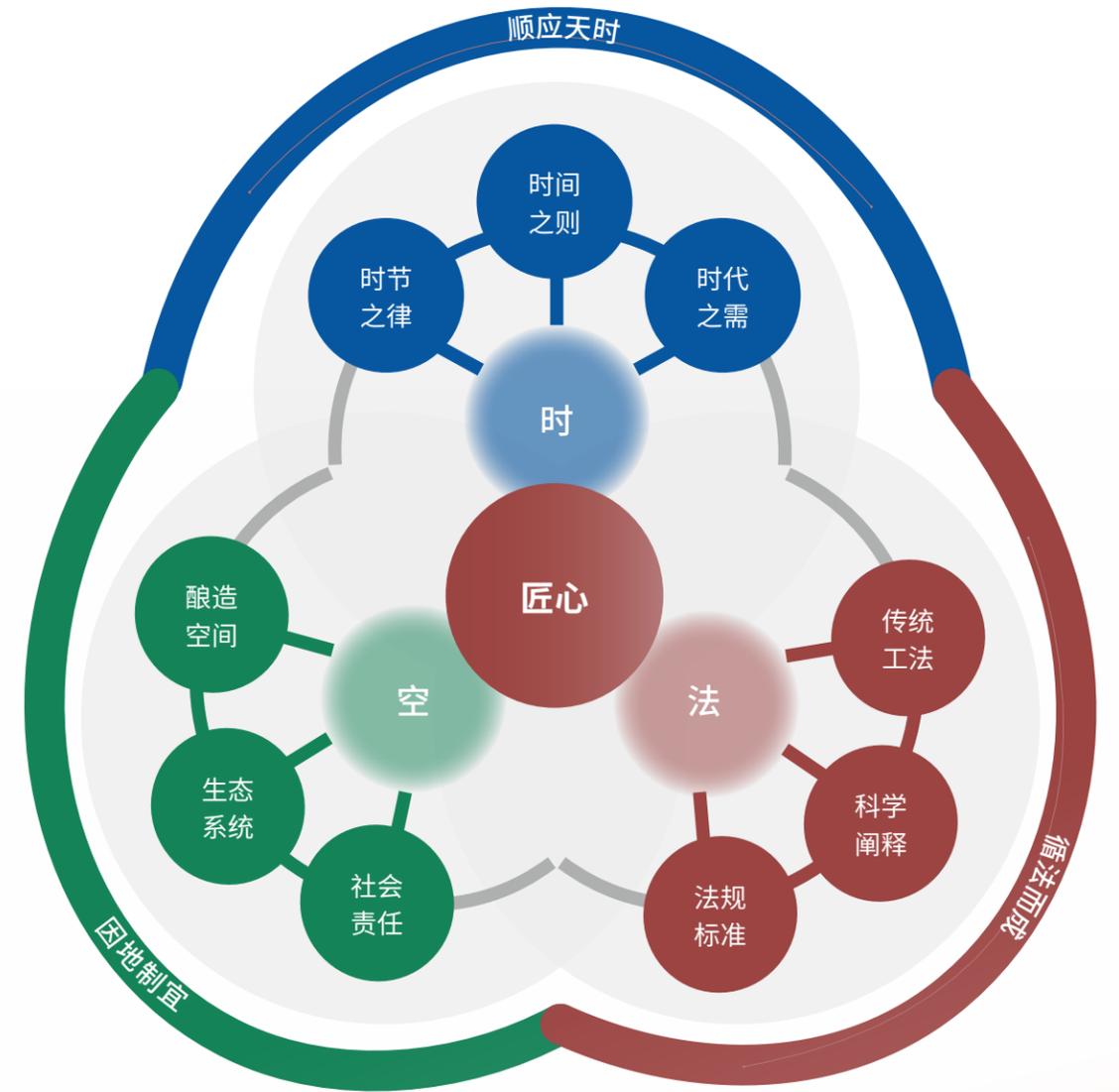
当速度与质量发生矛盾时，速度服从质量

当成本与质量发生矛盾时，成本服从质量

当效益与质量发生矛盾时，效益服从质量

质量管理模式

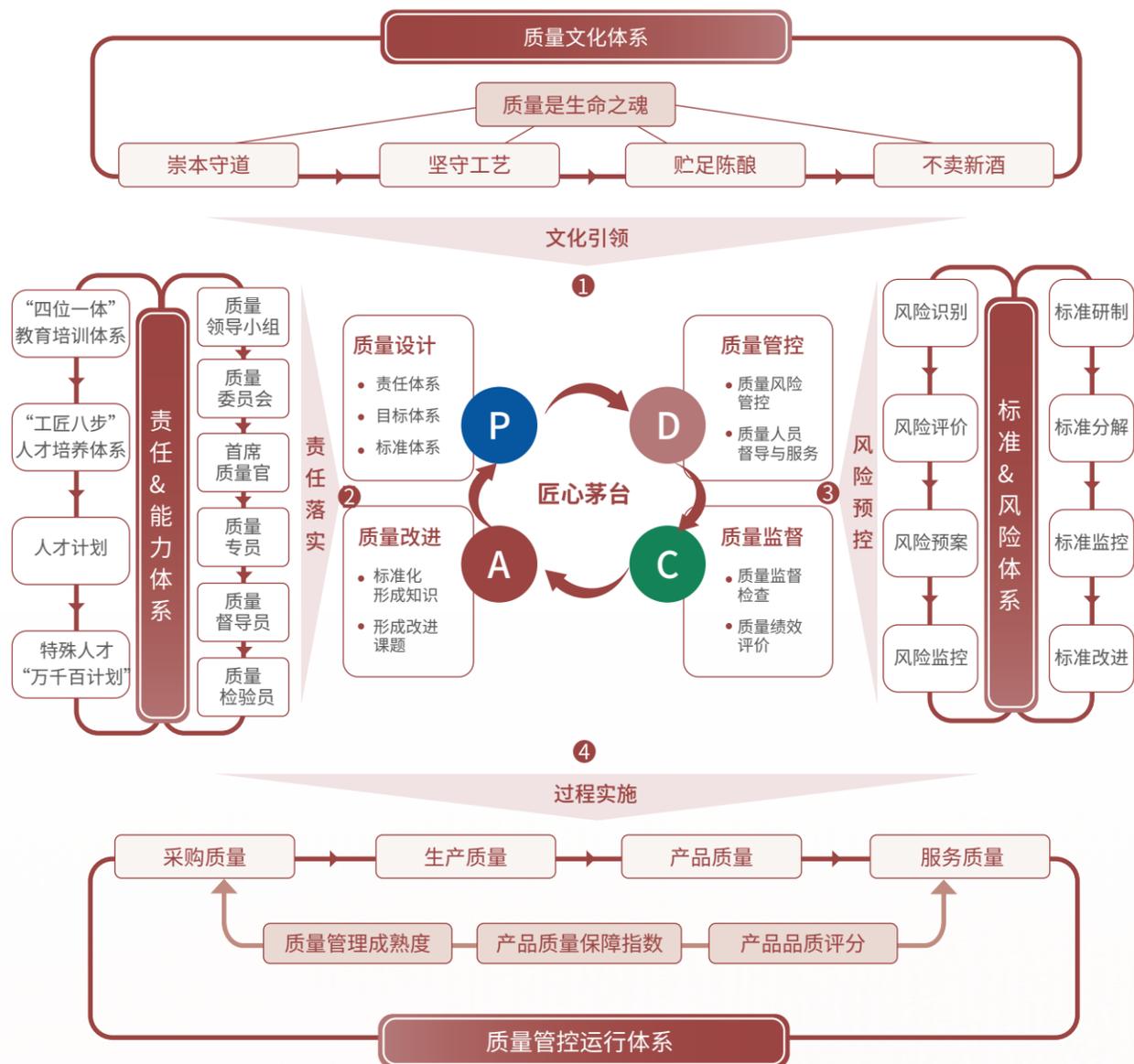
公司总结出富含自然人文特色的“时空法”匠心质量管理模式，蕴含的自然、人文及生态元素，保障茅台独特品质得以传承。



“时空法”匠心质量管理模式

质量管控体系

公司以“酿造高品质生活”为使命，构建了独具特色的矩阵式质量管控体系。依托传承与创新两大核心动力，并以 PDCA 循环为驱动，通过“责任 & 能力体系”明确职责、“标准 & 风险体系”预控风险，将科学的工法体系、严密的过程管理和蕴含深厚人文艺术价值的匠心精神与工匠技艺相结合，充分平衡时间、空间、工法等要素带来的多样性，确保公司产品的纯正风味与卓越品质，持续满足顾客需求，为消费者提供优质的产品和服务。



矩阵式质量管控体系

食品安全管理

公司深入贯彻 ISO 9000 标准体系，动态识别与白酒生产企业紧密相关的质量及食品安全法律法规标准，发布《质量、食品安全卫生适用的法律法规及其它要求一览表》。2024 年，梳理《中华人民共和国食品安全法》为代表的法律法规共计 78 项、强制性标准 71 项、推荐性标准 125 项，总计达 274 项。

- 重策划**
 自上而下构建运行矩阵式质量管控模式。从顶层设计到质量督导，层层落实质量责任，全面实施“5+2”质量监督体系，形成质量监督闭环管理机制，确保全产业链质量安全责任有效落实。
- 建机制**
 推动食品安全主体责任落地落实。任命食品安全总监 1 名及食品安全员 39 名，明确各级管理者职责及权限；建立“日管控、周排查、月调度”食品安全管理机制，开发食品安全线上填报模块，精准研判并解决食品安全管理问题。
- 强标准**
 健全全领域质量与食品安全标准体系。主导制定国家、行业、地方、团体标准 26 项，牵头修订的 GB/T 10781.4-2024《白酒质量要求 第 4 部分：酱香型白酒》已发布，将于 2025 年 6 月 1 日正式实施。
- 夯基础**
 加强产业链质量及食品安全检测基础建设。贵州茅台（白酒）检测实验室是行业首家获得 CNAS³¹ 认可的企业一方实验室，可实现全产业链 53 类物资 1,123 项质量和食品安全风险因子的有效监控。
- 严管控**
 筑牢产业链白酒质量安全风险防线。聚焦白酒产业链潜在的内外源性风险因子，以风险防控流程和食品安全四大平台为驱动，构建覆盖全产业链质量安全管控体系，实现风险精准识别、科学评估与全面管控，确保食品安全。
- 求创新**
 搭建产品质量和食品安全追溯体系。以产品全生命周期质量管理为核心，搭建质量管理信息化平台，确保产品全生命周期各环节的质量可追溯性；构建“一码通管”平台，利用区块链技术打造茅台“匠品链”，形成业内领先的产品溯源能力，通过流通溯源系统为消费者提供 6,900 余万次溯源查询服务。

³¹CNAS: 中国合格评定国家认可委员会

2024 年，质量与食品安全管理平台支撑了 272 条样品信息的规范流转，涵盖 14 万余次检验，涉及 861 个检验项目，支撑 43 个质量管理数据模型稳定运行。本年度内，公司质量管理体系认证及危害分析与关键控制点 (HACCP) 体系认证持续有效运行，且全年未发生质量和食品安全重大责任事故。



ISO 9001 和 HACCP 体系认证证书

2024 年，公司共荣获质量方面相关奖项 38 项，其中国际奖项 5 项、国家级奖项 21 项、省级奖项 12 项，彰显出公司在质量管理上的不懈努力。

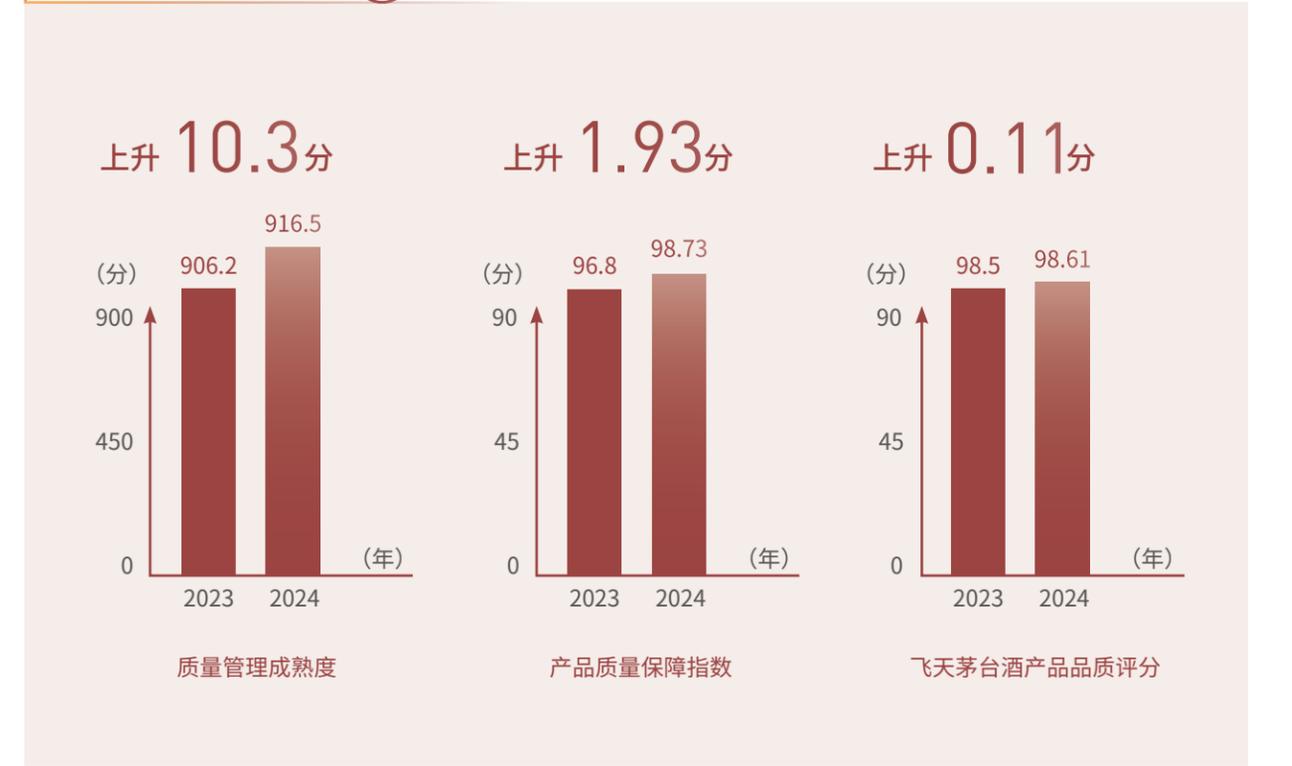
2024 年度产品和质量方面相关奖项 (部分)

● 获奖名称 ● 获奖项目 ● 颁发单位

<p>2024 年度中国质量协会质量技术奖 (项目奖) 二等奖</p> <p>茅台 DEEP “量质” 平衡法在酱酒生产技术中的应用</p> <p>中国质量协会</p>	<p>第 49 届国际质量管理小组会议金奖 (ICQCC³²)</p> <p>降低 PE 过滤袋的废弃量等四个项目</p> <p>斯里兰卡生产力和质量促进协会 (SLAAQP)</p>
<p>全国轻工行业优秀质量管理小组</p> <p>制曲智能排班系统的研发</p> <p>全国轻工业联合会质量分会</p>	<p>精益现场管理改进 (第二期) 暨 5S 管理改进示范级</p> <p>QFD、DOE 等工具在茅台酒制酒现场降低酒甑跑汽率方面的应用</p> <p>《中国质量》杂志社</p>
<p>2024 美国 MUSE 国际创意设计大奖金奖</p> <p>贵州茅台·散花飞天</p> <p>MUSE</p>	<p>A'DESIGN AWARD & COMPETITION 设计大奖</p> <p>贵州茅台·散花飞天</p> <p>A'Design Award and Competition</p>
<p>2024 美国 MUSE 国际创意设计大奖铂金奖</p> <p>汉酱酒 (匠心传承)</p> <p>MUSE</p>	<p>2024 年人民匠心品牌宣传展示</p> <p>茅台 1935</p> <p>人民网</p>

质量管理成熟度用来反映公司质量管理体系运行水平，产品质量保障指数用来反映产品质量运行保障能力，产品品质评分用来反映终产品品质情况。2024 年，以上指标均稳定保持在卓越水平。

2024 年产品质量数据



贵州茅台酒股份有限公司	2023 年	2024 年
出厂产品批次检验覆盖率	100%	100%
产品监督抽查合格率	100%	100%
产品出厂合格率	100%	100%

共筑卓越质量

公司以“质量月”为载体，开展质量讲堂活动和“践行‘时空法’匠心质量管理模式优秀案例”评选。面向员工、顾客、供应商、股东、经销商等重要相关方持续宣贯、传播质量文化，让质量文化助力品牌成长。

³²ICQCC: 国际质量管理小组会议, International Convention on Quality Control Circles, 简称 ICQCC。

III 客户关系

为提升客户满意度，优化售后服务，公司制定《产品更换返工管理办法》《产品撤回（召回）管理规定》《顾客咨询投诉管理办法》《专卖店服务用语规范》《标准化服务手册》等制度规范，明确客户投诉的受理途径与流程，持续完善客户投诉管理体系。

客户如遇产品质量问题，可致电 4008189999 预约当地自营店进行产品鉴定与评审，公司将按产品类型及库存情况，采取先行更换或补货更换两种方式为客户进行更换。若库存充足，可为客户先行更换；对于特殊产品、异品更换、门店库存不足的情况，采取补货更换方式，在系统提交申请后将产品退回公司，公司依据系统流程，通过物流将新产品运送至自营店，最终完成与客户的兑换。

2024 年，公司优化“400 呼叫 + 在线咨询 + 投诉反馈 + 产品兑换”高效联动客服体系，全年处理各类业务咨询超 36.40 万起，在线客服咨询超 99.85 万次，处理投诉 6,555 起，满意率达 99.01%。通过构建自营门店产品更换服务流程与售后服务业务办理系统，缩短客户产品更换周期，提升更换业务的处理效率，本年度产品更换及时率超 98%，平均更换周期缩短至 1.12 天，同比减少 7.11 天。

我们每年开展一次顾客满意度调查，聘请第三方权威机构通过调查消费者和经销商，评估顾客满意度现状，包含总体满意度、各级指标满意度、各产品满意度、行业竞品对比满意度等，并针对调研指标提出改进建议。2024 年，消费者满意度为 90.3 分，同比增加 0.7 分。

2024 年客户服务亮点数据



客户投诉处理率

100%



产品召回事件

0 起

III 负责任营销

公司持续完善营销管理制度，加强负责任营销审计与培训，提升营销活动合规性。同时，我们推广健康文明的生活方式，大力倡导理性饮酒，切实保障消费者权益。

合规营销

公司严格遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，制定《茅台酒经销体系市场推广宣传管理办法》《广告投放管理办法》《新闻宣传管理规定》《贵州茅台酒渠道商管理办法》《线上品牌推广活动执行规范》《线下品牌活动执行规范》等制度文件，编制并披露《贵州茅台酒股份有限公司负责任营销政策》³³，按照相关细则规范营销行为。

公司承诺杜绝虚报产品、服务及价格的行为，不发布任何虚假或误导性信息，对竞争对手的产品、服务不做出误导性陈述。坚持真实原则，对推广内容进行客观描述，确保在文字和语言表述中不含任何暗示性或诱导性的内容，拒绝夸大公司的工作对社会和环境的影响。为此，我们持续完善广告审核流程，明确广告审核机制，严格落实“三审三校”规定，从根源上确保所有对外发布的推广信息和内容的真实性。同时，我们严禁使用“特供”“专供”“内供”等特定标识于酒类广告宣传中。

● 倡导理性饮酒

公司积极倡导理性饮酒文化，在产品包装上明确标示成分及酒精含量，并在标签中提示“过量饮酒、有害健康”，同时在官方网站浏览过程中实施浏览权限管理，区分“18 岁”和“未满 18 岁”用户群体，并在官方网站产品介绍中标明“不向未成年人售酒”及“饮酒后请勿驾驶机动车”的提示。我们在电视、互联网广告中强调“倡导理性饮酒”与“禁止未成年人饮酒”，同时在经营场所显著位置设置“禁止向未成年人销售酒类产品”的标识，践行对未成年人的保护责任。此外，广告中不得有诱导、怂恿饮酒或者宣传无节制饮酒的内容，强调保障人民群众身心健康和社会安全。

公司积极参与理性饮酒宣传活动，在品牌推广活动中设置理性饮酒宣传区；在茅友嘉年华活动方案中，号召各省区、联谊会在活动中贯彻绿色环保、健康饮酒等理念；2024 年 10 月 9 日至 10 月 16 日期间，公司组织各专卖店、自营公司、文化体验馆、商超电商等终端网点参与理性饮酒活动，并开展理性饮酒宣传。



禁止向未成年人销售酒类产品标识

³³ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

负责任营销审计

公司持续完善审计工作程序，积极开展负责任营销审计，对营销管理、渠道管理和客户管理制度进行审核，确保其适用性和合规性，评估《负责任营销政策》执行的有效性及其营销团队架构与配置的合理性。公司每半年至少开展一次营销专项审计，并对揭示的问题进行每月定期跟踪整改，不断强化营销合规性管理。

贵州茅台酒销售有限公司

2024 年，销售公司通过内部检查及专项审计，关注内部控制管理情况，助力提升公司现代化企业治理水平：

- 对 11 家自营公司开展内部控制检查，参与 21 家自营公司的五位一体监督联合检查，重点关注自营公司制度执行及内部控制管理情况。
- 建立健全监督机制，对在任超过三年的 5 家自营公司经理开展了任中经济责任审计。
- 开展 2 次专项审计，关注并持续跟踪问题整改情况。
- 建立整改台账，发送 42 份整改通知书，并设置专人跟进整改。
- 对重要岗位交接进行监督，保障交接工作合规性。

贵州茅台酱香酒营销公司

2024 年，酱香酒公司聚焦重点风险领域，开展专项审计，主要审查市场活动方案的合规性和核销资料的真实性。营销审计覆盖各省区、各申报主体、各品牌和各活动类型。针对审计工作中发现的问题，要求相关部门及时整改。

负责任营销培训

公司积极开展负责任营销培训与宣传工作，培训种类丰富，辐射范围广泛，获得了良好的反响与效果。同时，公司定期面向全体员工开展负责任营销培训，增强员工负责任营销意识。2024 年，公司面向渠道商、文化品饮师、百年老店传承人、体验中心店员和主题终端负责人等群体开展了一系列负责任营销培训。

负责任营销培训内容

负责任营销原则

- 遵守法律法规；
- 遵守主管部门制定的各项规章制度以及行业自律公约；
- 遵循行业规则和市场准则。

产品或宣传目标对象

- 目标对象不能为未成年人、孕妇等不适宜饮酒的对象；
- 要求渠道商、自营店不向未成年人出售酒类产品。

法律法规

- 对酒类广告行为规范进行解读培训；
- 对行业监管要求和市场准则进行解读和培训。

倡导理性饮酒

- 宣传理性饮酒和健康的生活方式；
- 主动提示饮酒的潜在风险。

信息准确、公正

- 真实准确的产品信息；
- 禁止使用误导性信息推销产品。

案例 百年老店传承人生产体验

2024 年 4 月至 10 月，公司组织 155 名国内外百年老店传承人开展 8 期生产体验活动，每期活动开展 6 天。传承人深入车间体验制曲、制酒、包装，并与酿酒大师进行交流，学习茅台文化和酿造工艺，更全面向消费者传递品牌 and 产品信息，做好负责任营销。



百年老店传承人生产体验现场

案例 体验中心店员培训

2024 年，共开展 10 期体验中心店员培训，来自 251 家公司的 612 位学员参与。内容聚焦品牌文化、服务提升、营销合规等方面。



贵州茅台酱香系列酒体验中心店员培训现场

案例 主题终端负责人培训

公司开展线下主题终端负责人培训，历时 52 天，覆盖 47 座城市，共计开展 47 场，涵盖学员 7,010 人，内容聚焦新客户开发与客情关系维护技能提升；市场培育、营销合规及理性饮酒等。通过系统的培训与实践，着力提升主题终端负责人业务技能与管理水平。



“茅台酱香 万家共享”主题终端负责人培训现场

III 产品文化内涵

2024 年，公司发布蛇年生肖系列酒、笙乐飞天、茅台西湖揽胜系列文创酒、茅台 1935 文创酒等一系列文化产品，并根据市场需求推出了 100ml 贵州茅台酒礼盒套装。全年共计完成 64 款产品的开发工作，更好满足消费者需求。

贵州茅台酒 (乙巳蛇年)

以“绛纱”色作为主色调，巧妙融合生肖文化、五行理论与书画艺术，以陶瓷瓶身搭载篆书铭文“蛇”字与《灵蛇出处风不动》画作，展现了东方书法与绘画艺术的独特魅力。至此，十二款贵州茅台生肖酒系列圆满集结。



贵州茅台酒 (笙乐飞天)

以敦煌壁画飞天仙女为灵感，采用“紫矿”主色调与铁线描技法，细腻手绘其优雅飘逸姿态，达到“人物八面，生气盎然”的艺术效果，呈现出与敦煌壁画一致的矿物质陶瓷手感，让产品文化与敦煌文化相融相生。



茅台西湖揽胜系列文创酒

每年精选西湖十景中的两景融入茅台文创酒，融合西湖绝美风光与经典韵味。以独特的酒瓶设计、精致的画作与题诗、巧妙的内置折扇等元素，营造雅致人文的感官体验。茅台 1935 的茶白色与群青色设计，象征断桥残雪与三潭印月，增添文化韵味。



茅台 1935 文创酒

与故宫博物院联合推出茅台 1935 文创酒，巧妙融合故宫深厚文化底蕴与茅台卓越酒质，通过故宫文物元素的精美包装设计，不仅展现了匠心独运的工艺追求，更是对中华优秀传统文化的一次致敬与传承，彰显了茅台作为文化使者的责任与担当。



茅台王子酒 (乙巳蛇年)

以精湛工艺融合“国色天香”主题，手绘蛇绕云山插画，巧妙融合茅台 Logo 与主题字，辅以牡丹、珍珠等元素。“宫墙红”瓶身辅以绿色肌理碎点，古典富贵。瓶盖融入水纹和如意纹元素，寓意吉祥。乙巳蛇年专属印章的设计，增添了产品艺术性。



贵州大曲酒 (乙巳蛇年)

以《仙境灵蛇》图融合书法墨宝，以“石榴红”瓶身搭配绿色肌理碎点及浮雕蟠虺纹，瓶盖独特设计寓意“灵蛇之珠”，整体彰显古典优雅审美与浓厚文化品味。



文化赋能

公司积极举办文化活动，以活动为媒介，向消费者传递茅台文化，提供丰富多元的品牌体验。

案例 茅友嘉年华活动

2024年，公司共计举办11场茅友嘉年华活动，携手5,800余名茅友走过福建、上海、黑龙江等十省区，引导各界茅友品鉴茅台产品、鉴赏茅台文化、体验茅台服务，赢得了广大茅友的赞赏与认可。



茅友嘉年华活动现场

案例 茅台红缨子高粱丰收季

2024年8月，公司携手仁怀市政府联合举办以“丰收敬粮农·质量承千秋”为主题的茅台红缨子高粱丰收季活动。此次活动深度融合农耕文化、地方特色文化与茅台文化，彰显公司对农耕文化的传承与赞颂。



茅台红缨子高粱丰收季活动现场

案例 茅台酒节

2024年重阳节之际，公司迎来第21个茅台酒节。活动邀请了众多文化学者与艺术界嘉宾，共同见证茅台新一年度生产启幕。通过开展系列仪式与文化活动，深度诠释了公司“顺天敬人 明理厚德”的企业核心价值观，展现对酿造工艺的坚守与品质信仰，讲述新时代下茅台人感恩、坚守、传承的故事。



茅台酒节活动现场

案例 中国茅台·国之栋梁

公司打造以“中国茅台·国之栋梁”为统领的公益品牌，在生态环保、民生教育、文化传承、行业产业四大公益板块下开展一系列公益项目。2024年，公司向中国青少年发展基金会捐赠1亿元，助力学子圆梦大学。自2012年项目启动，累计捐赠13亿余元，共资助25万余名学子圆梦大学，持续传递茅台大爱与社会责任感，彰显“山的责任和担当”。



“中国茅台·国之栋梁”公益助学活动发布会现场



员工管理

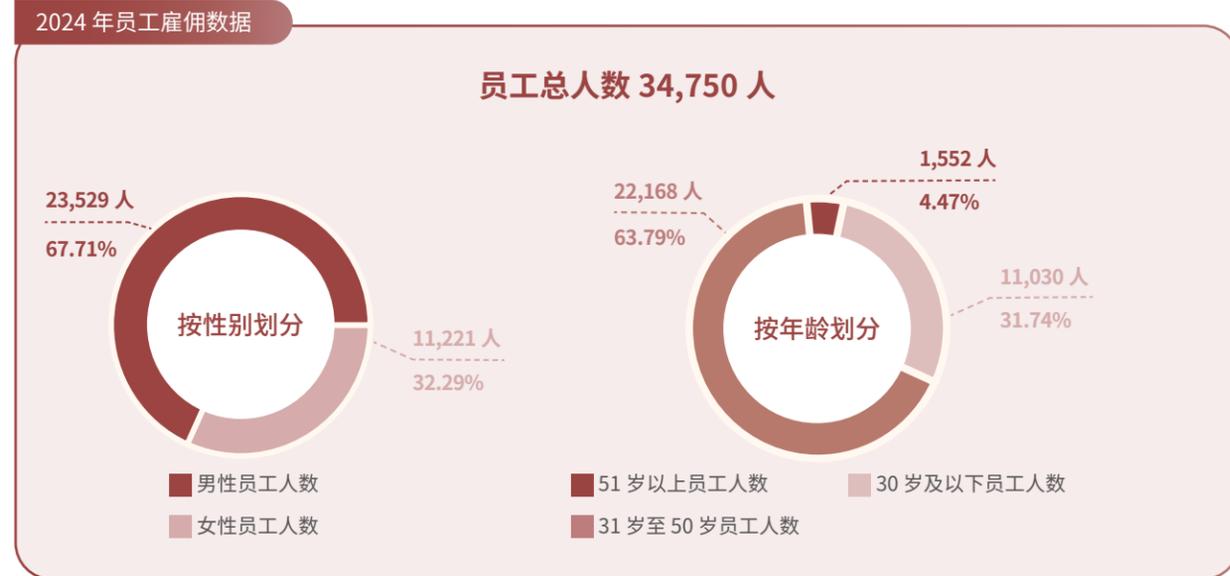
贵州茅台践行“德才兼备 人尽其才 人企共进”的理念，不断完善人才体系，开展多样化员工培训，保障员工权益和福利，奋力打造“幸福茅台”。

III 合规与平等

我们坚持合规雇佣，全力保护员工合法权益，深入贯彻多元、平等与包容的企业文化，构建和谐共进的职场环境。

合规雇佣

公司遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《禁止使用童工规定》等法律法规，制定《员工招聘管理办法》，明确员工招聘流程和监督机制，确保招聘录用过程的合规、公平与透明，依法与员工订立、履行、变更、解除或终止劳动合同，杜绝任何形式的强制劳动和招录童工。截至 2024 年年底，公司员工总人数 34,750 人，全年员工流失率 <1%。



平等包容

公司遵守《中华人民共和国工会法》《中华人民共和国妇女权益保障法》等法律法规，制定并公开发布《贵州茅台酒股份有限公司员工权益保护政策》³⁴，构建完善权益保障体系。公司依法尊重员工参加工会、集体谈判等权利，确保员工能够在公平、公正、公开的情况下，就工作条件和管理问题与管理层沟通。2024 年，公司集体合同签订率达 100%，切实维护员工权益。

³⁴ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

公司承诺秉持同工同酬的原则，并由公司高管统筹监督，致力于构建公平公正的职场环境。我们杜绝地域、民族、宗教及怀孕等任何形式的歧视行为。我们向全体员工宣贯《职工权益保障工作管理办法》《贵州茅台股份有限公司员工权益保护政策》，涵盖反歧视及骚扰、职业健康与安全、隐私保护等，致力于营造和谐共融的工作环境。

案例 “法律咨询日” 活动

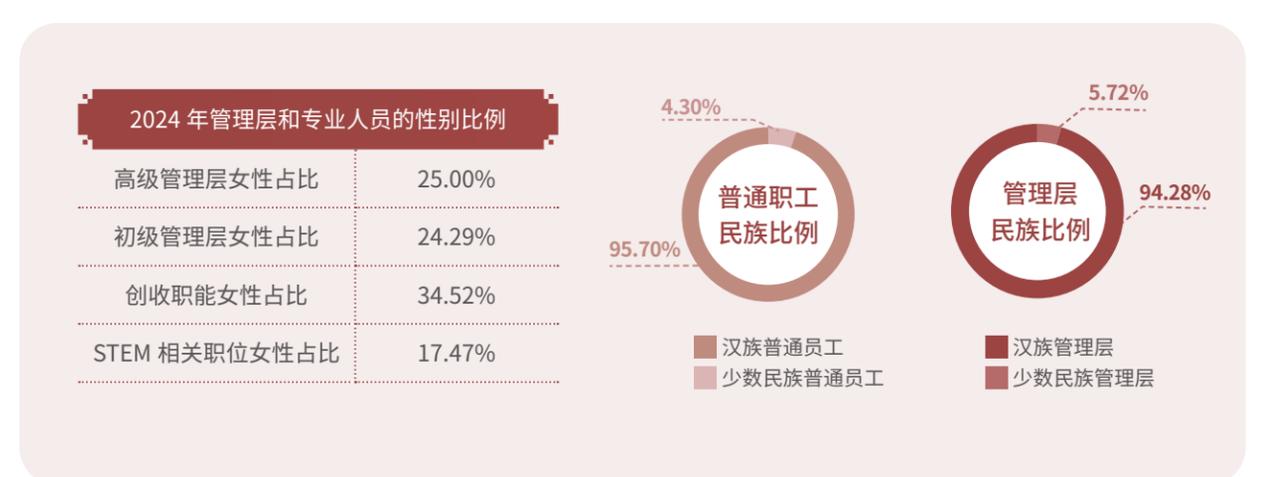
公司每月定期举办“法律咨询日”活动，聘请专业律师为员工提供线上线下免费咨询服务，解决员工的法律困扰，持续提升全员法律意识。

员工进行法律咨询现场

案例 开展普法宣讲及女职工法律维权月活动

2024 年，公司举办了“送法进基层 助力强素质”普法宣讲活动及女职工法律维权月活动，聘请专业律师深入 55 个基层单位，就女职工权益保障、民法典、消费者权益保护等内容开展讲座与培训。

员工进行法律咨询现场



畅通员工意见反馈通道

此外，公司搭建了畅通的反馈通道，鼓励员工举报发现的违法行为或遭受的歧视、骚扰、中伤等不良行为。在处理所有查询、投诉及求助请求时，公司始终秉持严格的保密原则，充分尊重并保护举报人合法权益。

III 成长与发展

我们构建了科学完备的员工成长与培训体系，致力于锻造高素质、专业化的员工队伍，为公司可持续发展提供人才支撑。

员工成长

公司建立完善的员工职级体系，制定《职级管理办法》，详细界定了员工的职级划分、职业发展路径以及任职资格的具体要求，为员工提供了清晰的职业成长蓝图。当前正在制定任职资格体系和胜任力标准，并推进认证落地。

我们建立公正公开的员工绩效考核及晋升机制，定期开展人才评估与绩效监测，采用多维度绩效考核方式，确保评价过程公平透明。

绩效管理及考核方式

目标管理

公司制定《年度工作目标管理规定》，明确公司在一定时期内期望实现的工作成果或达到的状态，自上而下开展各类目标的制定、分解、跟踪、管理，并根据目标任务完成情况评价和奖惩，实现企业生产经营管理目标。

年度综合考核

公司制定《年度综合考核加减分项管理工作细则》，明确考核的激励和约束机制，规范综合考核加减分事项，保障考核结果的公平性。

组织绩效考核

公司制定《高质量发展绩效考核管理规定》，明确组织绩效管理流程，建立高质量发展业绩监督考核机制，采用关键绩效指标 (KPI) + 目标与关键成果 (OKR) 方法，从工作量、工作质量、过程控制、服务水平、学习与成长五个维度考核组织绩效。

在员工成长支持方面，公司成立职业技能等级认定工作领导小组，制定《专业技术人员职称评聘管理办法》《职业技能等级认定及聘任管理办法》等制度，对专业技术职称与职业技能等级进行了清晰的界定与规范，并确立了科学、合理的考核评价标准。此外，我们积极鼓励员工在职深造，支持员工攻读硕士研究生及以上学历、晋升专业技术职称及提升职业技能等级，并提供经费报销等实质性的帮助，旨在为员工铺设一条宽广且顺畅的职业发展之路。2024 年，公司办理员工学历认证备案 559 人，见证了员工成长的坚实步伐。2024 年，公司“人才当量密度”提升至 0.981。

人才发展

我们构建了“四位一体”的培训体系，有效整合职工培训学校、茅台学院以及线上学习平台等多方资源，实施分类教学，全面提升员工的综合素质。

2024 年，公司制定出台《高层次人才和急需人才引进管理办法》《引进博士研究生实施细则》，共引进酿造微生物、原料育种、生态环境等领域高层次人才 9 人，为公司科技创新提供了人才支撑。公司组织开展第二届“茅台杰出人才奖”评选，奖金 40 万元。同时，在“92 后”选拔培训基础上，推进“95 后”品评后备人才培养选拔，从 3,000 余人中，最终遴选 50 名优秀青年品评人才进入核心品评人才库，持续增强行业人才厚度。此外，开展干部公推公选工作，从四百余名制酒、制曲车间报名人员中，推选出主管、副主管各 30 名，进一步充实、壮大生产系统管理骨干队伍。

案例 开展“传承计划”培训项目



“传承计划”培训现场

2024 年 9 月，公司针对“传承计划”100 位入选人才，启动专项培训，培训内容包括管理能力提升、AI 技术运用、团队氛围构建等多个方面。为确保培训质量，我们聘请了多位高校教授及行业专家，采用理论讲授、案例分析及总结汇报相结合的方式，深化学员对培训知识的理解，有效促进参训员工的个人成长。

案例 开展丰富的主题公开课培训

2024 年，公司依据《主题公开课培训方案》，精心策划了一系列多元主题的月度培训课程。培训内容涵盖文化与价值观塑造、国防教育普及、AI 技术前沿探索、风险管理策略、企业文化与品牌建设等关键领域，持续提升员工素养。



主题公开课开班仪式现场

案例 专业技术职称和职业技能等级认定与聘任



职业技能等级认定理论考试现场

2024 年，公司积极推进专业技术职称和职业技能等级提升工作，推荐申报政工、工程、经济、农业等系列中高级职称 65 人，完成职称聘任 228 人，组织开展白酒酿造工、中式烹调师、焊工等工种约 1.5 万人的技能评价，进一步打通了技术技能人才成长通道，持续增强人才队伍建设。

公司持续推行多渠道领导力提升培训项目，旨在打造高效管理团队。我们为管理人员设计了包括卓越领导力提升、6E 领导力模型构建³⁵及数字化领导力精进等一系列在线课程，并配套开设生产系统后备骨干的专业培训，内容涵盖质量管理 (QC)、安全管理及企业文化深度宣导，确保各层级管理人员都能获得成长与发展机会。

为促进新员工快速融入，我们制定了新员工培训计划，向新员工传授法律精神、工匠精神，着重进行健康与安全知识教育，并设置结业测试确保培训成效。

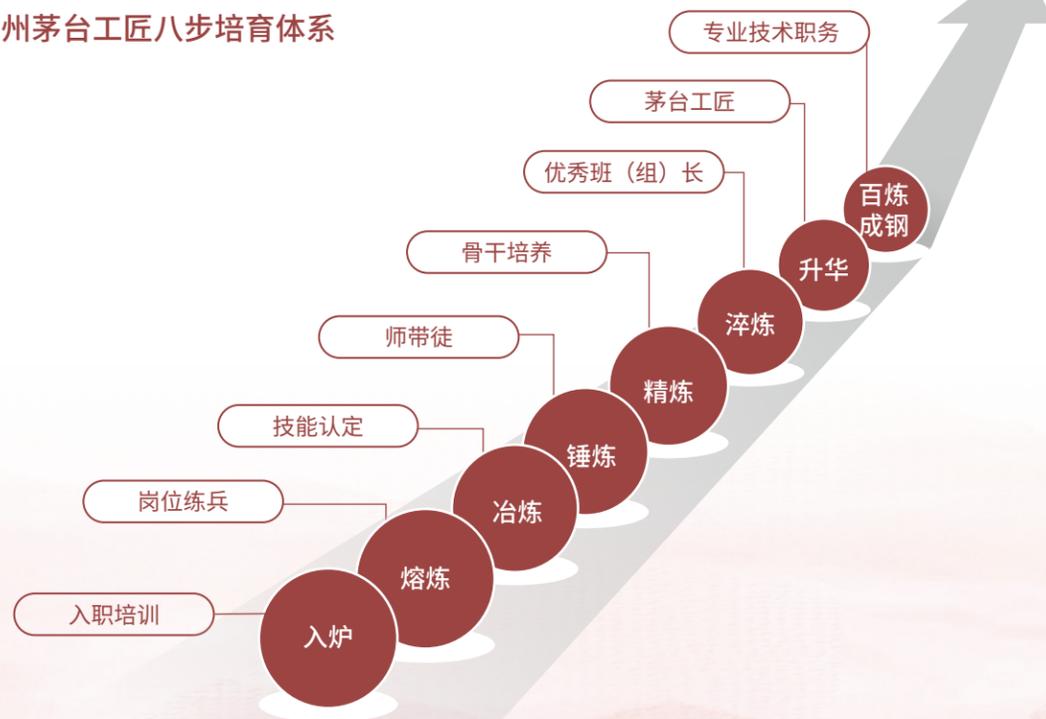
案例 新员工全方位培训计划

2024 年 7 月及 8 月，公司组织新员工开展了 2 期共计 24 天全面且充实的入职培训，培训课程包括行为训练和理论学习，涵盖思想政治、企业文化、法律法规、生产安全与职业健康、专业技能等多个方面的内容，帮助新员工快速适应职场环境。

在专业技能提升方面，公司深入践行“工匠八步”培养计划，提升员工的专业技能水平，鼓励全体员工传承并发扬工匠精神。

公司成立岗位大练兵·技能大比武工作领导小组，指导并组织员工定期参与岗位练兵，进一步促进员工专业化成长。本年度各车间及部门共组织岗位练兵活动 454 项，提升员工专业素质。我们积极推行“师徒制”培养项目，2024 年共成功组建 184 对师徒组合，累计出师 110 名，全年共聘任技术职务 95 人次，持续壮大了茅台工匠人才队伍。

贵州茅台工匠八步培育体系



³⁵ 高管需具备的人格魅力、远见力、鼓动力、教导力、赋权力和选才力的综合领导力框架。

III 权益与福利

公司将员工权益视为发展的核心要素，重视员工福利体系建设，积极搭建沟通桥梁倾听员工心声，开展多样文体活动，促进员工全面发展。

员工福利

公司依法依规健全福利体系，为员工提供全方位的支持与细致的关怀，增强员工的归属感与幸福感。

在基础社会保障层面，我们严格按照国家规定，为全体员工缴纳“五险一金”，并设立企业年金制度，进一步提升员工退休后的生活品质。公司还通过购买人身意外伤害综合保险及补充医疗保险的形式，守护员工的生命健康。

在工作与生活平衡方面，我们严格执行《假勤管理办法》，优化员工作息时间，保障员工法定休假权益，营造更加人性化与和谐的工作环境。我们确保员工享有法定节假日、育儿假、哺乳假、陪护假等福利假期，允许员工将未休年假灵活结转至下一年。我们还提供免费工作餐与通勤班车，解决员工日常的就餐与通勤难题，实现员工工作与生活的和谐共融。

员工关怀

我们洞察员工权益的核心需求，为不同类别的员工量身定制个性化支持方案，将人文关怀融入福利制度的细节中，守护每一位员工的权益与福祉。我们建立爱心资金，在员工及家人需要帮助时提供温暖生活保障。

女性员工

- 购买安康保险与生育保险，定期组织妇科及“两癌”筛查³⁶；
- 设有产检假、育儿假、哺乳假，方便特殊时期调养；
- 打造“女职工之家”，设哺乳室、孕妇停车位，发放卫生用品及劳保用品。

驻外员工

- 实行“22+8”休假模式；
- 尽可能减少女性员工驻外。

青年员工

- 设置青年员工职业通道并提供职业规划指导；
- 举办未婚青年联谊会，搭建交友平台；
- 成立摄影、读书、运动等兴趣小组。

退休人员

- 在重阳、春节等节日组织慰问活动；
- 为退休人员安排个性化免费体检；
- 组织书法、歌唱、舞蹈等文化娱乐活动。

³⁶ 指检查宫颈癌和乳腺癌的医疗服务。

员工沟通

我们搭建上下互通的沟通机制，运用“同事吧”“董事长直通车”、调研座谈会及问卷调查等多种途径，倾听员工心声，广泛征集并及时回应员工反馈。2024年，累计收到109条意见和建议，均已妥善处理。

我们每年开展员工调研，内容包括公司管理、员工个人工作状况、团队合作与沟通、培训与建议、绩效管理、薪酬福利等内容。2024年，公司员工满意度得分81.59，员工敬业度得分88.15，企业文化认同度得分93.22。我们对调研结果进行深入分析，举办焦点小组访谈，邀请员工代表讨论集中发现的问题，并积极采取改进措施，持续提升员工幸福感。

文体活动

公司积极推广健康生活方式，通过举办丰富多样的文化体育活动，增强员工间的交流合作，促进工作与生活的平衡，不断提升团队的凝聚力和员工的获得感。

2024年，公司累计推出歌舞、器乐、书画、体育、棋类、摄影等14类课程，吸引7,000余名员工参加学习。我们成立各类文体小组，鼓励员工自发开展丰富活动，不断为员工构建“健康生活 快乐工作”的工作生活圈。

案例 成立各类文体小组及兴趣小组

公司成立各类文体小组及兴趣小组，健全完善小组日常管理，做到小组有经费、有人员、有活动。小组组队参加省金融贸易烟酒茶业工会职工气排球比赛、遵义市首届职工游泳联赛、贵州省第三十二届钓鱼比赛、遵义市“互助保障杯”职工足球和篮球比赛、仁怀市职工广场舞大赛等文体比赛，均获佳绩。



员工健步走小组参加2024年“攀酒都巅峰·享苗乡风情”职工登山比赛现场



器乐小组——开展电子琴培训现场

健康与安全

贵州茅台始终将员工健康与安全管理视为企业发展的基石，坚定不移推进职业健康与安全工作，构建完善的职业健康安全管理体系，创造舒适工作环境，守护员工安全。

管理体系

公司遵守《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，制定并公开发布覆盖公司全体员工的《贵州茅台酒股份有限公司职业健康安全政策》³⁷，并倡议供应商、经销商在内的所有业务伙伴遵守本政策，规范职业健康与安全管理程序，保障员工职业健康安全。

公司战略委员会作为董事会层级委员会，是公司健康与安全实践的最高决策机构，负责职业健康与安全战略制定、绩效评估及风险管理，并明确授权制定工作场所安全目标。战略委员会下设安全生产和消防委员会履行管理职责，负责落实国家安全生产法律、法规，组织制定公司安全生产方针、目标、规划并监督落实。此外，公司设立由高层直接领导的员工大健康管理领导小组，统筹健康与安全战略和绩效管理，健全员工大健康管理及服务保障体系，贯彻落实员工健康与安全事务。

同时，明确由公司总经理牵头并推进健康与安全的战略和绩效管理，并将健康与安全绩效与总经理绩效考核及薪酬挂钩。

职业健康与安全管理架构



³⁷ <https://www.moutaichina.com/mtgf/shzr/xgzc/index.html>

III 行动举措

公司推行安全生产责任制，要求全体员工签署《安全生产和消防目标责任书》，明确各层级安全职责，将安全责任落实到每一位员工。同时，我们将安全目标与员工绩效紧密挂钩，推动相关工作的有效开展。在供应商管理环节，公司严格把控准入标准，要求重要物资供应商和劳务外包供应商具备职业健康安全管理体系认证，以此保障供应链的安全水平。

安全认证

公司每年组织内外部审核，报告期内，经过中国质量协会外部审核确定，公司职业健康安全管理体系无重大不符合项，体系运行有效。2024 年，贵州茅台 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证已覆盖到所有（分）子公司。



职业健康安全管理体系认证证书

安全保障

公司构建事前预防、事中跟踪、事后改进安全保障体系，为员工营造和谐、稳定的工作环境。

防控举措

- 定期开展安全生产风险辨识，制定风险风控措施并落实；
- 定期开展职业病危害检测，及时向员工告知结果。本年度通过降噪工用具、隔声墙、吨袋打包、曲草筛分、除尘设备改造等技术和措施的提升，全面完成 36 个超标点位职业危害专项治理工作；
- 为员工安排职业健康体检，建立职业健康监护档案，全程跟踪员工健康状况；
- 按时、足量为员工配发与岗位相适应的劳动保护用品，切实保障员工生产安全，从源头杜绝或减轻职业危害因素。

应急举措

- 制定完善的应急预案，实现应急处置有章可循；
- 组建应急救援队伍，确保遇到紧急情况能够迅速做出响应；
- 强化应急救援物资和装备储备，维护和更新，确保其有效性和适用性；
- 开展常态化应急演练，不断提升员工应急处置能力和团队协作水平，全方位保障员工生命健康和公司财产安全。

本年度，公司投入 5,008.53 万元用于员工工伤保险，31 万元用于员工安全生产责任险，两者覆盖率均达 100%。全年公司在安全生产方面投入共计 2.83 亿元，全力保障员工职业健康安全。

案例 实施“粉六条”提升粉尘防爆管理水平

2024 年，公司专题研究了“粉六条”安全生产相关事宜。根据《工贸企业重大事故隐患判定标准》，我们明确划分了粉尘爆炸危险区域，严格执行分级管理措施，并在车间及班组层面广泛开展了宣传教育培训活动，指导员工严格按照工作流程安全生产，有效规范了现场操作流程，提升全体员工的粉尘防爆专业知识和技能水平。



粉尘清理管理规定



“粉六条”宣贯材料

案例 有限空间安全保障工作

公司建立《有限空间作业安全规定》及操作规程，并配备了“四合一”气体检测仪的操作规程，完善落实有限空间作业审批委托机制。公司配备检测仪，严格遵循“先通风、再检测、有监护、后作业”原则，积极开展专题培训，提升员工安全意识与操作规范，筑牢安全生产屏障。



有限空间安全演练现场

案例 开展防暑降温工作预防员工中暑

2024年，公司加强高温天气员工健康保障工作，制定了《高温天气防暑降温工作方案》及《防暑降温健康包配置管理标准》，并与医疗机构合作购买专业防暑降温服务。公司共发放6万余份藿香正气水、复方板蓝根等防暑降温药品，举办40场防暑降温讲座，并拍摄多场景高温季节防暑降温健康宣传视频推送给全体员工进行学习。

案例 组织新员工体能训练降低工伤

近几年，随着和义兴产能提升，新员工数量逐年增加，导致工伤频率增加。为改变这一状况，公司引入专业团队，将体能训练纳入新员工入职培训中。培训前通过耐力测试、体脂测量等方式识别高风险群体，培训中开展病理机制、预防方法等理论学习，并结合有氧训练、脊柱稳定性训练、发力技巧熟悉等实操训练。通过以上培训，本年度和义兴新员工工伤数较2023年下降91.79%，显著降低了工伤发生率。



和义兴新员工体能训练现场

安全培训

公司进一步完善安全生产培训体系，修订《安全生产教育培训管理规定》《安全教育培训大纲任务清单》，结合不同岗位职业健康安全风险与管理需求，针对性开展职业健康安全宣教培训。

本年度，我们持续开展安全生产专题培训，举办“安全生产月”“消防宣传月”等活动，有效提升了员工的消防安全意识和技能。此外，我们还创新性地开展了二十八期“三个一”应急救援专项培训，采用理论讲解、示范操作、测试评估及实训演练相结合的方法，营造积极的职业健康安全文化氛围，提升了整体安全意识与应急处理能力。

案例 应急管理能力提升培训

2024年3月，公司紧扣年度安全工作要点与战略规划，开展“个个会应急”专项培训，旨在提升员工对各类安全风险的识别和应对能力，推动公司年度安全工作与战略规划的高效实施。



“个个会应急”专项培训现场

案例 职业健康取证培训

2024年5月，公司举办了2024年度职业健康培训，培训内容涉及职业病防治法律法规、职业危害因素识别与防控、员工健康监护管理等知识。此次培训有效提升了参训人员的职业健康管理意识。



职业健康取证培训现场

案例 中高层领导安全管理专题培训

2024年6月，公司举办两期中高层领导安全管理专题培训，董事长、总经理等高层，各子（分）公司、车间、部门主要负责人和分管安全负责人参与培训，培训内容包括深度解读工贸行业重大事故隐患判定标准，剖析安全生产与消防新法规、新要求。



中高层领导安全管理专题培训现场

此外，为提升员工职业健康素养，公司定期组织开展职业病防治法宣传周系列活动，包括员工正确佩戴劳动防护用品、职业健康大讲堂等培训，宣传受众达2万余人次，增强了员工的职业健康意识。

心理健康

公司高度重视员工心理健康，开通“心灵之约”公众号，2024年共发布51次心理健康知识内容（共计102篇），为员工提供便捷的学习途径。同时，我们安排专业人员提供心理健康咨询服务，为基层员工开展了20余场心理健康讲座，开展心理辅导团、心理疏导员培训等，促进员工心理健康发展。



III 指标目标

公司制定并持续更新职业健康安全工作目标与指标，定期追踪其进展情况。我们明确要求包括供应商和经销商在内的所有业务伙伴严格遵守这些目标与指标，共同打造一个安全、健康的工作环境。公司以2022年为基准年，确立了未来每年致力于实现重大安全生产事故零发生的明确目标。2024年，公司全部年度职业健康与安全目标均顺利达成。

2024年职业健康与安全目标				
	重大生产安全事故	一般以上生产安全责任事故	隐患整改及时率	员工安全培训率
2024年目标	0	0	不低于95.5%	不低于95%
目标完成情况	0	0	100%	100%
	✔ 已达成	✔ 已达成	✔ 已达成	✔ 已达成

	安全成熟度	突发事件内部应急处置率	应急预案演练完成率	
2024年目标	不低于96.15分	100%	100%	
目标完成情况	97.1分	100%	100%	
	✔ 已达成	✔ 已达成	✔ 已达成	

公司定期采用专业的评估工具与方法，全方位监测员工及承包商的健康与安全绩效，并对监测结果进行深入分析，制定针对性改进措施。

公益与乡村振兴

贵州茅台始终秉持“大品牌大担当”的责任理念，开展各类公益活动，助力乡村振兴，用实际行动践行山一样的责任和担当，始终谨记来时之路，常怀感恩之心，坚定履行好社会责任，为社会和谐发展贡献力量。

III 社会公益

我们始终践行责任担当，以公益为纽带传递温暖，在国内深耕各类公益活动；跨越山海将希望播撒至海外，通过援建学校、派遣医疗队、开展环保合作，用爱心与行动编织全球公益网络，持续点亮人间温暖，共筑美好世界。

国内公益

我们借助自身资源及优势，在国内积极开展多元化社会公益项目，其中，“中国茅台·国之栋梁”公益助学活动累计投入资金 13 亿元，助力超 25 万学子圆梦大学。

2024 年公益项目及捐赠金额			
“中国茅台·国之栋梁” 公益助学活动	茅台王子·明亮少年	汉酱·匠心传承	贵州大曲·点滴有爱
1 亿元	900 万元	650 万元	240 万元

茅台·1935·国之大夫	赖茅·爱羽成长	王茅·繁星计划	
328 万元	69.48 万元	58.2 万元	

案例 布局生物经济新赛道

2024 年，贵州茅台投入 600 万专项资金，在合成生物学领域“揭榜挂帅”，旨在通过用生物基可降解材料替代不可降解、化石能源材料，满足公司自身绿色发展的同时，助力生物基可降解材料新型产业产业化，商业化进程，增强市场竞争力。



贵州茅台发布揭榜挂帅榜单现场

案例 茅台助力第三届合成生物学创新赛圆满落幕

2024 年 8 月，由中国生物工程学会合成生物学分会指导并主办的 2024 第三届大学生合成生物学创新赛在深圳圆满闭幕。作为独家合作伙伴，贵州茅台以自身对科技的追崇，为这场汇聚智慧与创新的盛会提供助力，支持中国合成生物学领域青年人才的培育。公司总经理王莉出席并围绕合成生物学未来产业发展和茅台实际作了分享，共同探索第一代生物技术和第五代生物科技跨越时空交流对话的应用场景。



第三届合成生物学创新赛颁奖现场

案例 “茅台 1935·国之大夫”公益基金捐赠活动

2024 年分别在开封、宁波、扬州、淮安、济宁、天津、北京七站举办“喜逢大运，共赴山河 -- 茅台 1935·寻道中国”活动。每一站活动现场，嘉宾们被引领深入体验城市丰富的历史积淀和自然生态的和谐共生，共同寻道运河沿途的大美风光、历史文化与繁荣发展，喜逢自然之魅力、人文之底蕴和城市的繁荣。



“茅台 1935·国之大夫”济宁站公益基金捐赠现场

案例 保护泰山石刻，传承汉字之美

自 2021 年起，贵州茅台联合“中国文保基金”成立了“汉酱·匠心传承”专项公益基金，从助力殷商文物修复，到书法文化保护，践行社会责任，一路向善而行。2024 年 11 月 21 日，贵州茅台与中国文物保护基金会向泰安市泰山保护发展基金会捐款 30 万元，共同为文物保护工作贡献力量。



“汉酱·匠心传承”专项公益基金捐赠现场

案例 东方华彩 国色天香——年度东方传统色

2024 年，贵州茅台支持“东方传统色彩计划”，为国内有关机构、学者搭建深入挖掘传统色彩文化精髓的研究性平台，并探索其在现代生活中的创新应用。目前，该计划已完成“宋代古建筑高平开化寺色谱”17 种色彩的文献考据，形成“开化寺色谱”，制作包含 33 种色彩的“乾隆色卡”，完成约 20 种色彩的丝绸复原。同时，公司赞助的以中国传统色彩为载体的人文纪录片《寻色中国》也已完成，以色彩重拾华夏东方审美文化。



东方传统色彩国际化传播活动现场

海外公益

公司支持海外经销商，积极履行社会责任，广泛开展社会公益活动，包括慰问海外医疗队、当地孤儿院及公益助学等，以实际行动传递爱心，彰显企业担当与人文关怀。

案例 莫桑比克贝拉 ACC 孤儿院捐赠活动

2024 年 11 月，莫桑比克渠道商为孩子们送去米、面、油等物资及衣物、书包等生活用品。孤儿院小朋友们特别准备了中国舞蹈、歌曲等节目，以文艺表演的形式表达谢意，让爱与温暖在异国他乡传递。



捐赠活动现场

III 志愿活动

公司成立志愿服务突击队，投身环保公益与社会公益领域，开展了一系列丰富多彩的志愿活动。2024 年，公司累计志愿活动投入时间达 3,500 余小时。

在环保公益方面，志愿服务突击队组织开展环保活动共计 27 次，吸引了 1,600 余人踊跃参与。在社会公益方面，突击队充分发挥青年志愿者的模范作用，在学雷锋志愿服务月、重要节日以及公司重大活动期间，开展爱心帮扶、环境保护等各类志愿服务活动 100 余次，超 1,000 人次参与，为社会传递温暖与正能量。

案例 “青青赤水”茅台青年志愿者巡河活动

2024 年世界环境日当天，公司携手仁怀市共同举办环保活动。“青青赤水”茅台青年志愿者在五马河段开展巡河净滩行动，覆盖两公里范围。同时，志愿者们向周边居民及游客宣传环保知识，增强了公众的环保意识。



“青青赤水”茅台青年志愿者巡河活动现场

案例 开展“微光公益”活动

“微光公益”由公司员工自发组织，自 2020 年 9 月成立以来，持续开展帮扶困难家庭、关爱留守儿童、助力困难学子、看望退伍老兵、慰问环卫工人等活动，用实际行动践行爱心与担当。



“微光公益”活动现场

III 乡村振兴

公司聚焦“责任落实 产业发展 智志双扶 消费帮扶”四个方面，充分借助自身资源优势，开展定点帮扶工作，助力乡村振兴。

公司遵守《中华人民共和国乡村振兴促进法》，本年度制定《2024 年乡村振兴帮扶工作方案》，确定 5 个方面、14 条重点任务，召开 1 次乡村振兴帮扶工作专题会，推动帮扶工作取得新进展新成效。我们通过派遣优秀干部挂职、加大产业和就业帮扶力度、推动特色产业发展等方式，有效促进受帮扶地区发展。

工业反哺农业 促进农民增收

公司坚持“工业反哺农业”战略，通过建设有机原料基地、实施“五个一”工程，扶持种植农户，2024 年投入资金 2 亿余元，惠及 11 万余农户。此外，我们深入实施“42·15”工作机制，持续引导车间参与推动仁怀市乡村振兴，通过技术培训等措施，不断帮助壮大帮扶村集体经济。

文旅产业融合 扩大消费市场

公司引导各级党组织，利用帮扶点红色历史文化资源和帮扶资产开展党员教育培训，2024 年各级党组织前往帮扶点开展活动 18 次，带动经济收入 26 万余元。

激发产业动能 推动项目建设

公司围绕乡村特色产业发展，持续跟踪推进帮扶项目建设，按照上级乡村振兴帮扶项目入库机制，严格论证把关。此外，茅台还打造形成了多个生态农业品牌，推动村集体经济收入达 187.38 万元，有效激发了特色产业动能。

助力产品出山 促进就业增收

公司不断推进农产品采购工作，深化与保供基地的合作关系，助力农产品销售实现收入超 2,500 万元，有效促进了农产品从山区走向城市市场，并带动了 2,700 多名人员的就业。

公司始终践行共创共享理念，坚持反哺惠农、产业兴农。在赤水河流域，贵州茅台有机高粱基地覆盖 72 个乡镇、482 个村，惠及 11 万余农户，其中包括 1.4 万余户脱贫户。

案例 贵州茅台帮扶助力道真食用菌产业发展

自 2015 年帮扶道真以来，贵州茅台累计捐资 1.32 亿元帮扶食用菌项目，实现年产值 1.2 亿余元，带动群众就业超 1000 余户，户均增收 5 万余元。同时，我们大力扶持精深加工业和高附加值产品，积极推进食用菌科研合作，探索酒糟制作菌棒，菌棒转化为有机肥，打造白酒生产和食用菌种植生态循环链，持续助推食用菌产业经济效益提升。



公司领导视察道真食用菌产业发展

未来展望

2025 年，我们紧扣新时代奋进脉搏，以“顺天敬人 明理厚德”企业核心价值观为遵循，怀仁爱之心酿造美酒、修厚德之行铸造品牌、以文化之蕴链接世界，深入实践可持续理念，践行绿色环保理念，积极履行社会责任，提升企业治理效能，不断推进企业治理现代化，以奋进开拓的姿态，迎接未来挑战，实现企业的长期稳定发展，为社会创造更多的价值。





审验声明：贵州茅台2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告

对贵州茅台酒股份有限公司 2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告的独立审验声明

致贵州茅台酒股份有限公司的管理层及利益相关方：

北京商道融绿咨询有限公司 (以下简称“商道融绿”) 受贵州茅台酒股份有限公司 (以下简称“贵州茅台”) 的委托, 对其《贵州茅台酒股份有限公司2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告》(以下简称“《ESG报告》”) 披露的有关信息进行独立的第三方审验。商道融绿的审验情况如下。

审验范围

1. 时间范围

本次审验时间范围限于《ESG报告》披露的2024年1月1日至2024年12月31日期间的信息, 报告期之外的任何相关信息均不在本次审验范围之内。

2. 信息范围

本次审验的范围限于《ESG报告》涵盖的贵州茅台的信息, 不包括贵州茅台的供应商等其他第三方的信息。对于《ESG报告》中披露的已经通过独立第三方机构审计或审验的信息和数据, 本次不再重复审验。

3. 审验范围

本次审验范围包括两方面：一为评估《ESG报告》是否有不符合AA1000AP (2018) 中包容性、实质性、回应性和影响性原则的情况；二为评估选定《ESG报告》中的特定绩效信息的可靠性和质量, 特定绩效信息包括：

- | | |
|----------------------|-----------------------------|
| • 供应商总数 (个) | • 温室气体直接排放量 (范围一) (吨二氧化碳当量) |
| • 关键供应商总数 (个) | • 温室气体间接排放量 (范围二) 吨二氧化碳当量) |
| • 关键供应商总支出的百分比 (%) | • 范围三: 类别1—外购商品及服务 (%) |
| • 重要供应商总数 (个) | • 范围三: 类别3—能源或燃料 (%) |
| • 不可再生能源消耗量 (吨标煤) | • 范围三: 类别4—上游运输和配送 (%) |
| • 可再生能源消耗量 (吨标煤) | • 范围三: 类别5—运营中产生的废物 (%) |
| • 总抽取水量 (万立方米) | • 范围三: 类别7—员工通勤 (%) |
| • 新鲜水抽取量 (万立方米) | • 范围三: 类别9—下游运输和配送 (%) |
| • 缺水地区的新鲜水消耗量 (万立方米) | • 范围三: 类别12—处理寿命终止的售出产品 (%) |

责任

贵州茅台的管理层对《ESG报告》的编制和内容负全部责任, 并保证《ESG报告》的内容以及提供给商道融绿的资料信息的完整性和真实性, 不存在重大错误陈述。

商道融绿的责任是根据贵州茅台提供的资料信息, 依据AA1000审验标准v3 (AA1000AS v3) 出具独立的审验声明。

标准

商道融绿使用AA1000AS v3作为审验服务参照的标准。AA1000AS v3是指由AccountAbility创建的审验标准。本次审验类型和深度为“类型二、中度审验”。

商道融绿依据《商道融绿非财务报告审验方法》编制本审验声明。

商道融绿同时参考的标准、原则及倡议还包括：全球报告倡议组织 (GRI) 《可持续发展报告标准》/香港联交所《环境、社会及管治报告守则》/沪深北三大交易所《上市公司可持续发展报告指引》/气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 框架/国际可持续准则理事会 (ISSB) 《国际财务报告可持续披露准则第1号——可持续相关财务信息披露一般要求》、《国际财务报告可持续披露准则第2号——气候相关披露》/欧盟《企业可持续发展报告指令》(CSRD) /温室气体核算体系 (GHG Protocol) 等。



审验声明：贵州茅台2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告

审验方法

1. 制定审验计划

商道融绿在审验计划中记录关键的资源需求、需收集的证据、任务、活动、可交付成果和时间表, 形成审验计划书。

2. 收集信息

商道融绿依据明确性、平衡性、完整性、时效性的原则, 评估所收集信息的质量。

3. 进行审验

- 开展访谈, 访谈人员包括董事会办公室、企业文化部、生态环保部、审计部、组织与人力资源部等负责可持续发展相关工作的人员。
- 审验贵州茅台所提供的相关文件资料。
- 审验《ESG报告》的信息是否符合AA1000AP (2018) 中包容性、实质性、回应性及影响性原则。
- 审验《ESG报告》是否根据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》编制。

4. 商道融绿认为其他必要的工作

独立性和能力

1. 独立性

商道融绿声明, 与贵州茅台为完全相互独立的公司, 对该公司不存在偏见和利益冲突。

2. 能力

商道融绿专注于为客户提供环境、社会和公司治理 (ESG) 评级、绿色金融战略规划、环境和社会风险管理 (ESRM)、绿色金融产品创新、绿色金融与责任投资研究、绿色债券评估认证、绿色信贷和责任投资能力建设等可持续金融方面的专业咨询、研究和培训等服务。

商道融绿已获得使用AA1000AS v3的许可。该许可授权商道融绿使用和遵守AccountAbility的AA1000AS v3, 以及使用与此类可持续性审验服务相关的AA1000AS v3标志。

商道融绿审验团队人员拥有AA1000认证可持续发展审验师 (CSAP) 证书、ISO14001内审员资质、CFA-ESG证书、EFFAS-CESGA证书、GRI培训证书、碳资产管理师等可持续发展领域的资质, 团队由拥有丰富可持续发展领域经验的专业人士构成, 其对AA1000AS v3标准有全面的理解。

局限性

商道融绿在本次《ESG报告》审验中, 所需的信息和数据完全依赖贵州茅台提供的相关信息和数据, 未从其他外部渠道搜集信息, 亦未对外部利益相关方进行访谈。

审验内容

1. AA1000AP (2018) 原则审验

包容性: 贵州茅台识别了主要利益相关方, 通过不同的方式持续与主要利益相关方沟通, 并对外展示沟通情况。贵州茅台为利益相关方参与提供了必要的能力建设。

实质性: 贵州茅台收集了主要利益相关方的意见, 识别出了与公司高度相关的ESG议题, 并有明确的方法来确定实质性议题的优先度。



审验声明：贵州茅台2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告

回应性：贵州茅台对其主要利益相关方关注的实质性议题做出了回应，重视ESG相关风险的管控，且在能力建设和资源投入方面有所行动。

影响性：贵州茅台建立了衡量、评估和管理公司的影响的流程，并将部分影响纳入公司的实质性议题和战略目标。

2. 特定可持续发展绩效信息审验

核证《ESG报告》中的特定绩效信息的质量和可靠程度。

结论

- 商道融绿未发现《贵州茅台酒股份有限公司2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告》有不符合AA1000AP (2018) 中包容性、实质性、响应性和影响性原则的情况。
- 商道融绿未发现任何事项影响《贵州茅台酒股份有限公司2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告》中选定的特定可持续发展绩效信息的可靠性及质量。该特定绩效信息可供利益相关方使用。
- 商道融绿未发现《贵州茅台酒股份有限公司2024年度环境、社会及治理 (ESG) 报告》有不根据上海证券交易所《上海证券交易所上市公司自律监管指南第4号——可持续发展报告编制》编制内容的情况。



审验机构：北京商道融绿咨询有限公司
审验负责人：吴艳静

2025年4月1日 中国, 北京

上交所内容索引

维度	序号	议题	对应条款	对应章节
环境	1	应对气候变化	第二十一条至第二十八条	气候变化应对
	2	污染物排放	第三十条	保护绿色环境
	3	废弃物处理	第三十一条	保护绿色环境
	4	生态系统和生物多样性保护	第三十二条	保护绿色环境
	5	环境合规管理	第三十三条	保护绿色环境
	6	能源利用	第三十五条	资源高效利用
	7	水资源利用	第三十六条	资源高效利用
	8	循环经济	第三十七条	资源高效利用
社会	9	乡村振兴	第三十九条	公益与乡村振兴
	10	社会贡献	第四十条	公益与乡村振兴
	11	创新驱动	第四十二条	科技创新
	12	科技伦理	第四十三条	科技创新
	13	供应链安全	第四十五条	可持续供应链
	14	平等对待中小企业	第四十六条	可持续供应链
	15	产品和服务安全与质量	第四十七条	产品和服务质量
	16	数据安全与客户隐私保护	第四十八条	公司治理
	17	员工	第五十条	员工管理 健康与安全
治理	18	尽职调查	第五十二条	风险与合规管理
	19	利益相关方沟通	第五十三条	利益相关方沟通
	20	反商业贿赂及反贪污	第五十五条	诚信经营
	21	反不正当竞争	第五十六条	反不正当竞争

ESG 政策与法律法规

章节	法律法规	内部政策制度
共生：与自然和谐共生		
气候变化应对	《中共中央、国务院关于完整准确全面贯彻新发展理念做好碳达峰碳中和工作的意见》 《2030 年前碳达峰行动方案》 《食品、烟草及酒、饮料和精制茶企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》 《温室气体核算体系：企业核算与报告准则》	《碳达峰碳中和行动方案》
资源高效利用	《中华人民共和国节约能源法》 《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国水法》 《节约用水条例》	《能源管理手册》 《能源管理体系》 《能源运行管理规定》 《能源数据管理规定》 《绿色物流规划实施方案》 《供应商可持续发展实施方法》 《用水提升行动计划（2024 年—2026 年）》 《包材减量化、绿色化发展实施方案》 《新产品开发管理规定》 《包装材料技术黑名单（环保类）》 《包装材料禁用限用清单》 《新产品开发包装材料负面清单》 《茅台酒玻璃酒瓶回收再利用试点实施方案》 《茅台酒空瓶回收项目实施方案》
保护绿色环境	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国突发事件应对法》 《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国大气污染防治法》 《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996） 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《中华人民共和国反食品浪费法》 《昆明—蒙特利尔全球生物多样性框架》 《GB/T 18356-2007 地理标志产品-贵州茅台酒》	《关于建设习近平生态文明思想实践示范基地和打造行业生态环保标杆企业总体方案》 《生态环境保护合规指引》 《生态环境保护工作考核管理办法》 《生态环保管理办法》 《贵州茅台酒股份有限公司 ESG 管治架构》 《突发环境事件应急预案》 《酿造废水处理工艺技术要求》 《固体废弃物控制程序》 《废旧物资回收管理规定》 《危险废物管理规定》 《茅台酒酿酒废弃物管理细则》 《生态系统和生物物种协同保护实施意见》

章节	法律法规	内部政策制度
共享：与社会价值共享		
产品和服务质量	《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国广告法》 《中华人民共和国消费者权益保护法》	《质量、食品安全卫生适用的法律法规及其它要求一览表》 《产品更换返工管理办法》 《产品撤回（召回）管理规定》 《顾客咨询投诉管理办法》 《专卖店服务用语规范》 《标准化服务手册》 《茅台酒经销体系市场推广管理办法》 《广告投放管理办法》 《新闻宣传管理规定》 《贵州茅台酒渠道商管理办法》 《线上品牌推广活动执行规范》 《线下品牌活动执行规范》 《贵州茅台酒股份有限公司负责任营销政策》
员工管理	《中华人民共和国劳动法》 《中华人民共和国劳动合同法》 《禁止使用童工规定》 《中华人民共和国工会法》 《中华人民共和国妇女权益保障法》	《员工招聘管理办法》 《贵州茅台酒股份有限公司员工权益保护政策》 《职工权益保障工作管理办法》 《高层次人才和急需人才引进管理办法》 《引进博士研究生实施细则》 《职级管理办法》 《年度工作目标管理规定》 《年度综合考核加减分管理工作细则》 《高质量发展绩效考核管理规定》 《专业技术人员职称评聘管理办法》 《职业技能等级认定及聘任管理办法》 《假勤管理办法》
健康与安全	《中华人民共和国职业病防治法》 《中华人民共和国安全生产法》	《贵州茅台酒股份有限公司职业健康安全政策》 《高温天气防暑降温工作方案》 《防暑降温健康包配置管理标准》 《股份公司有限空间作业安全规定》 《安全生产教育培训管理规定》 《安全教育培训大纲任务清单》
公益与乡村振兴	《中华人民共和国乡村振兴促进法》	《2024 年乡村振兴帮扶工作计划》

章节	法律法规	内部政策制度
共赢：于自身治理现代		
公司治理	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国证券法》 《上市公司治理准则》 《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易》	《公司章程》 《公司股东大会议事规则》 《经理层成员业绩考核办法》 《经理层成员薪酬管理办法》 《合规管理办法》 《内部控制管理办法》 《关联交易决策制度》 《风险管理办法》 《风险管理专项提升行动方案 (2024-2026)》 《风险管理操作细则》 《网络与信息安全管理办法》 《终端安全管理规定》 《网络与信息安全事故应急处置预案》 《2024 年网络安全应急演练方案》 《贵州茅台酒股份有限公司数据与隐私政策》
商业道德	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国反不正当竞争法》 《中华人民共和国反垄断法》 《国务院关于在市场体系建设中建立公平竞争审查制度的意见》 《信访工作条例》 《纪检监察机关处理检举控告工作规则》	《贵州茅台酒股份有限公司商业道德政策》 《公司党委关于进一步加强对“一把手”和领导班子监督的若干措施》 《员工行为负面清单》 《员工违规违纪违法行为处理办法》 《工程建设廉洁从业禁止性规定》 《采购廉洁从业禁止性规定》 《物资供应廉洁从业禁止性规定》 《营销人员廉洁从业禁止性规定》 《工程建设和固定资产投资打招呼行为登记备案管理规定》 《反垄断合规指引》 《反不正当竞争合规指引》 《安全生产合规指引》 《生态环境保护合规指引》 《谷壳、稻草供应商管理细则》 《五金低耗供应商管理细则》

章节	法律法规	内部政策制度
商业道德		《贵州茅台酒股份有限公司供应商行为准则》 《2024 年采购领域廉洁警示教育工作方案》 《贵州茅台酒股份有限公司信访工作管理办法》
科技创新	《中华人民共和国科学技术进步法》 《关于加强科技伦理治理的意见》 《科技伦理审查办法（试行）》	《科学技术委员会章程》 《科技研发项目管理规定》 《微型科技研发项目管理实施细则》 《智慧茅台 2.0 顶层规划（股份公司 2024—2027 年）》
可持续供应链	/	《供应商管理办法》 《贵州茅台酒股份有限公司供应商行为准则》 《风险研判会议机制》 《供应商可持续发展实施方案和绿色指标体系》 《包材减量化、绿色化发展实施方案》 《产品包装材料绿色供应链实施方案》 《成品酒外包装物回收管理制度》 《废旧物资回收管理规定》 《茅台酒高粱、小麦供应商管理规定》 《包贮材料供应商管理细则》 《渠道商管理办法》 《市场维护管理办法》 《顾客咨询投诉管理办法》 《营销顾问团管理办法》

ESG 数据表

环境维度

指标名称	单位	2024 年	2023 年	2022 年	
温室气体直接排放量 (范围一)	吨二氧化碳当量	287,811	244,895	256,157	
温室气体间接排放量 (范围二)	吨二氧化碳当量	2,536	9,883	56,705	
温室气体排放总量 (范围一、二)	吨二氧化碳当量	290,347	254,778	312,862	
温室气体排放强度 (范围一、二)	吨二氧化碳当量 / 百万工业产值	2.91	2.95	4.12	
能源消耗量	天然气消耗量	万立方米	12,687.18	10,557.09	11,176.05
	汽油消耗量	吨	399.41	355.98	257.47
	柴油消耗量	吨	849.92	750.11	643.25
	外购电力	兆瓦时	124,472.10	108,694.41	99,030.40
	外购热力	吉焦	4,375.02	1,746.12	2,070.56
	不可再生能源消耗量	吨标煤	171,186	144,174	158,347
	可再生能源消耗量	吨标煤	14,827	11,270	3,852
	直接能源消耗量	吨标煤	170,566	142,026	149,958
	间接能源消耗量	吨标煤	15,447	13,418	12,241
	综合能源消耗量	吨标煤	186,013	155,444	162,199
	综合能源消耗强度	吨标煤 / 百万工业产值	1.86	1.80	2.14
	水资源消耗量	中水回用量	万立方米	24.24	19.70
中水回用比例		%	3.07	2.32	2.15
新鲜水抽取量		万立方米	635.11	658.50	701.95
新鲜水抽取强度		万立方米 / 百万工业产值	0.0064	0.0079	0.0092
总抽取水量		万立方米	635.11	658.50	701.95
水循环利用率		%	85.45	87.07	82.05
新鲜水消耗量		万立方米	789.65	847.96	892.11
新鲜水消耗强度		万立方米 / 百万工业产值	0.0079	0.0098	0.0117

指标名称	单位	2024 年	2023 年	2022 年	
水资源消耗量	水资源消耗总量	万立方米	813.89	867.66	892.11
	水资源消耗强度	万立方米 / 百万工业产值	0.0082	0.0098	0.0117
	缺水地区 ³⁸ 的新鲜水消耗量	万立方米	0.00	0.00	0.00
包装材料使用量	玻璃酒瓶	吨	81,820.23	71,117.67	/
	彩盒	吨	40,391.32	35,697.68	/
	丝带	吨	80.91	76.61	/
	金属瓶盖	吨	1,070.33	799.06	/
	塑料瓶盖	吨	3,336.16	2,886.48	/
	陶瓷酒瓶	吨	11,676.25	11,429.43	/
	纸箱	吨	13,511.21	12,156.04	/
	提袋	吨	9,526.98	9,285.11	/
	总量	吨	161,413.39	143,448.07	/
污水排放量	污水排放量	万吨	218.92	215.17	224.38
	污水排放强度	万吨 / 百万工业产值	0.0022	0.0025	0.0030
废弃物产生量	废弃物总量	吨	518,043.71	467,701.42	447,224.90
	废弃物总量强度	吨 / 亿元工业产值	520.61	543.41 ³⁹	597.95
	生产垃圾资源化利用率	%	100	100	100
废弃物处置回收量	回收 / 再利用总量	吨	465,947.37	436,853.70	415,566.92
	有能源回收的焚烧废物总量	吨	52,096.34	30,847.72	31,657.98
厨余垃圾	厨余垃圾资源化处理量 ⁴⁰	吨	849.73	774.73	562.21

³⁸ 用水量小于 1700 立方米 / (人 * 年) 的地区。

³⁹ 对 2023 年危险废弃物数据进行修正，因此强度有所变化。

⁴⁰ 所有厨余垃圾均用于工业炼油，实现 100% 资源化利用。

社会维度

指标名称	单位	2024 年	2023 年	2022 年	
员工雇佣	员工总人数	人	34,750	33,302	31,413
	女性员工人数	人	11,221	10,945	10,355
	男性员工人数	人	23,529	22,357	21,058
	高级管理层女性占比	%	25.00	28.17	/
	初级管理层女性占比	%	24.29	23.52	/
	创收职能女性占比	%	34.52	33.67	/
	STEM 相关职位女性占比	%	17.47	16.89	/
对外招聘	新进员工总数	人	1,839	2,273	/
员工权益	集体合同签订率	%	100	100	100
	违反员工合法权益事件数量	件	0	0	0
科技创新	研发投入	亿元	6.95	6.22	5.59
	专利申请数	件	83	107	70
	专利授权数	件	49	69	34
	有效专利数	件	329	287	226
可持续供应链	供应商总数	个	701	432	399
	关键供应商总数	个	96	65	81
	重要供应商总数	个	543	302	302
	普通供应商总数	个	62	65	16
	关键供应商总支出的百分比	%	19.81	29.15	31.13
数据安全与用户隐私保护	数据安全事件	件	0	0	0
	泄露用户隐私事件	件	0	0	0

治理维度

指标名称	单位	2024 年	2023 年	2022 年	
董事会构成	董事人数	人	7	7	7
	独立董事人数	人	3	3	3
	女性董事人数	人	2	2	1
	职工董事人数	人	1	1	1
	独立董事占比	%	42.86	42.86	42.86
	监事人数	人	3	3	3
	职工代表监事人数	人	1	1	1
	董事会有效性	董事会会议	次	13	13
董事出席率		%	100	100	100
董事平均任期		年	1.5	1.2	1.1
合规管理培训	合规管理培训场次	场	45	49	25
风险管理培训	风险管理培训场次	场	2	2	9
廉洁风险管控	廉洁风险点数量	个	217	346	34
	防范措施数量	条	441	639	69
廉洁培训	员工廉洁培训场次	场	64	52	39
	员工廉洁培训人数	人	34,750	33,302	31,413
	员工廉洁培训覆盖率	%	100	100	100
	管理层廉洁培训人数	人次	648	627	614
	管理层廉洁培训覆盖率	%	100	100	100
不正当竞争	收到不正当竞争的投诉与举报数目	件	0	0	0

意见反馈

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读《贵州茅台酒股份有限公司 2024 年环境、社会及治理 (ESG) 报告》。为提高报告质量和水平，持续改进公司 ESG 工作，我们期盼您对此份报告提出宝贵意见和建议，谢谢！

联系电话：0851-22386480

电子邮箱：mtshzr@moutai.com.cn

联系地址：贵州省仁怀市茅台镇贵州茅台企业文化部（融媒体中心）

邮政编码：564501

您的信息

姓名：_____ 联系电话：_____

单位：_____ E-mail：_____

您对本报告的总体评价是

好 较好 一般

您认为本报告是否能反映公司对经济、社会和环境的重大影响

能 一般 不了解

您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整如何

高 较高 一般 较低 低

您最满意本报告的哪一方面？

您希望进一步了解哪些信息？

您对我们今后发布报告有哪些建议？



贵州茅台酒股份有限公司
KWEICHOW MOUTAI CO.,LTD.