



茅台集团
MOUTAI GROUP



Moutai Group
Environmental, Social and
Governance Report

2022

环境、社会及治理(ESG)报告

报告导读

郑重承诺：

本报告遵循真实、客观和全面的原则披露企业运营的经济、社会和环境绩效，努力对利益相关方所关注的问题作出回应。

组织范围：

除特别说明外，本报告组织范围是中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（含下属分公司）及下属控股、全资子公司。为便于表述和阅读，在本报告中“中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司”以“茅台集团”“集团”“公司”“我们”表示；集团所属“贵州茅台酒股份有限公司”以“贵州茅台”“股份公司”表示。

时间范围：

本报告时间跨度为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，部分内容超出上述范围。根据产品生产周期及工艺要求，部分生产数据按照生产年度（10 月 1 日至次年 9 月 30 日）统计计算。

发布周期：

公司于 2009 年发布第一份社会责任报告，目前已连续发布十三份社会责任报告。本报告是茅台集团发布的第二份环境、社会及治理（ESG）报告，同时为第十五份社会责任报告。

信息说明：

本报告所引用的信息和数据客观、真实。报告中的财务数据以人民币为记账本位币，特别说明除外。本报告分别以中、英文编制，在对中英文文本的理解上发生歧义时，以中文文本为准。本报告所载若干数额及百分比数字已约整，因此若干表格所示总数未必是前述各项数字的总和。因统计方式、范围原因，往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司，2021 年数据已实现全覆盖。2022 年因公司管理体系优化，且因所属子公司股权划转、扩产或新收购生产基地，数据覆盖实体发生变化。

报告语言：

本报告有中文简体、英文两个语言版本。若内容理解不一致，以中文简体版本为准。

参考标准：

本报告编制主要参考联合国可持续发展目标（SDGs）、全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（GRI Standards）、国务院国资委《关于国有企业更好履行社会责任的指导意见》和中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 4.0 之食品行业》（CASS-CSR4.0）等标准和倡议。

获取方式：

本报告以印刷版和电子版两种形式发布。为减少印刷对环境产生的影响，我们倡导您通过以下方式下载本报告电子版。茅台集团官网：<https://www.china-moutai.com/>

目录 CONTENTS

董事长致辞 04

关于我们 06

集团简介 06

企业文化 07

组织架构 08

发展目标 09

公司治理 09

ESG 管理 13

社会责任观 13

ESG 管理体系 13

利益相关方沟通 14

行业角色 15

聚焦：

永远跟党走，奋进开创“美时代” 16



20 棋心拼搏 酿造甘美品质

聚焦发展大局	22
打造质量高地	26
提升客户体验	30

52 携手同行 构建共美生态

维护股东权益	54
关爱员工成长	55
拓展责任供应链	62
带动行业发展	65

32 科技赋能 争创丰美成果

强化科技创新	34
打造“智慧茅台”	36
优化管理创新	37

66 担当奉献 展现大美形象

助推乡村振兴	68
赋能地方发展	71
情系公益慈善	72
倡导理性饮酒	75

38 安全环保 营造和美环境

落实安全生产	40
坚持绿色运营	42
应对气候变化	46
强化环境管理	48
守护生态平衡	50

未来展望 76

附录 78

董事长致辞



2022年，是茅台集团发展历程中意义非凡的一年，面对严峻复杂的挑战，我们紧跟时代节拍，坚持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精神，严格落实省委、省政府决策部署，抢抓新国发2号文件发展机遇，坚定不移走好“五线”发展道路，深入开展“九大改革攻坚战”，开启了茅台高质量发展和现代化建设的“美时代”新篇章。

丁 隽

中国贵州茅台酒厂（集团）有限公司

党委书记、董事长

聚焦主责主业，促进提质增效。我们加快产业布局优化和结构调整，持续做大做强酒主业，打造酒旅融合新业态，开拓产融结合新局面，全面提升主业发展能级、积蓄产业势能。围绕“质量是生命之魂”，树牢“五匠”质量观，全面构建“365”质量管理体系，推动呈现产量稳中向好、质量全面可控、管理协同高效、服务保障有力、效益明显提升的良好态势。2022年，公司实现营业收入1365亿元，同比增长2.9%；利润总额912亿元，同比增长7.2%；实现税收657亿元，同比增长24.5%，超额完成年度目标任务，经济效益稳步增长。

强化创新引领，激活发展动能。我们坚持“科学传承美、科技创新美”，持续完善科技创新体系，布局未来十年科技创新全新规划，成立茅台科学与技术研究院，加速平台、项目和人才等科技创新“三驾马车”，进一步提升科创水平和综合实力。深入实施“智慧茅台”建设，上线“i茅台”，完善供产销数字化平台，全力打造“云、数、网、安”等数字底座，数字化转型实现全新突破。2022年，公司在贵州省国资委对监管企业科技创新考核中排名第一，科技创新实力综合指数持续保持行业第一。

践行安全环保，厚植绿色基底。我们牢固树立安全发展理念，全面夯实安全生产管理根基，常态化开展风险管控和隐患治理，推动安全生产专项整治三年行动决胜收官，安全生产形势持续稳定向好。积极落实“双碳”战略，围绕“一基地一标杆”总体目标，着力推进“增水、提气、固土、护微、生态系统平衡”五大专项工程，持续开展“节能降碳增效、绿色产品设计、产业链绿色转型、绿

色科技创新、绿色低碳生活”五大专项行动，努力构建“山水林土河微”生命共同体，让茅台的天更蓝、水更清、生态环境更美好。2022年，公司成功获评省级“两山”基地。

勇于担当责任，真情回馈社会。我们坚持“大品牌大担当”，积极把承担社会责任融入到企业发展战略和经营管理全过程。接续助力乡村振兴，严格按照“四个不摘”工作要求，重点聚焦“责任落实、产业发展、智志双扶、消费帮扶”等方面，全力以赴助推道真县及全省乡村振兴发展。2022年，公司累计投入帮扶资金9300余万元，帮扶人口近4万人。热心公益事业，连续11年开展“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动，联合打造“茅台王子·明亮少年”“贵州大曲·点滴有爱”等公益基金，让高质量发展成果惠及人民群众。积极参与抢险救灾，大力开展志愿服务、环保公益，以实际行动增进民生福祉。

栉风沐雨秉初心，砥砺奋进续华章。2023年，是全面贯彻落实党的二十大精神的开局之年，是“十四五”规划承上启下的关键之年，也是茅台集团的“棋心拼搏”年。我们将坚持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精神、习近平总书记视察贵州重要讲话精神，勇毅前行，拼搏奋进，锚定“双一流、三突破、五跨越”目标，持续走好“五线”高质量发展道路，在奋力谱写多彩贵州现代化建设新篇章、全面建设社会主义现代化国家新征程上作出新的更大贡献。

关于我们

集团简介

中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司（简称“茅台集团”），总部位于贵州省北部风光旖旎的赤水河畔茅台镇，平均海拔 423 米，员工人数近 3.9 万人。茅台集团前身为拥有百年酿酒历史的茅台镇“成义”“荣和”及“恒兴”三大烧房。

茅台集团围绕“酒的制造、销售及相关配套产品制造和服务，综合金融服务（产业金融方向），酒旅康养产业”三大主业谋发展，以贵州茅台酒股份有限公司（简称“贵州茅台”）为核心子公司，拥有全资、控股和参股公司 36 家，涉足产业包括白酒、保健酒、葡萄酒、证券、保险、银行、文化旅游、教育、房地产、生态农业及白酒上下游产业等。主导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，其核心产区占地 15.03 平方公里，集国家地理标志产品、有机食品和国家非物质文化遗产于一身，是香飘世界的中国名片。

2022 年，茅台集团白酒基酒产量 11.54 万吨，营业收入 1365 亿元，利润总额 912 亿元，实现税收 657 亿元，企业总资产 3355 亿元。阔步新征程，茅台集团将积极贯彻新发展理念，主动融入新发展格局，以“打造世界一流企业、塑造世界一流品牌”为愿景，坚定不移走好以茅台美学为价值内涵的“五线”高质量发展道路，以“五匠”质量观呵护茅台生命之魂，以现代化管理机制体制加快推进世界一流企业建设，坚定不移推进市场化、法治化、专业化、数字化、绿色化、国际化，守正创新、久久为功，奋力开创茅台高质量发展、现代化建设的新未来！



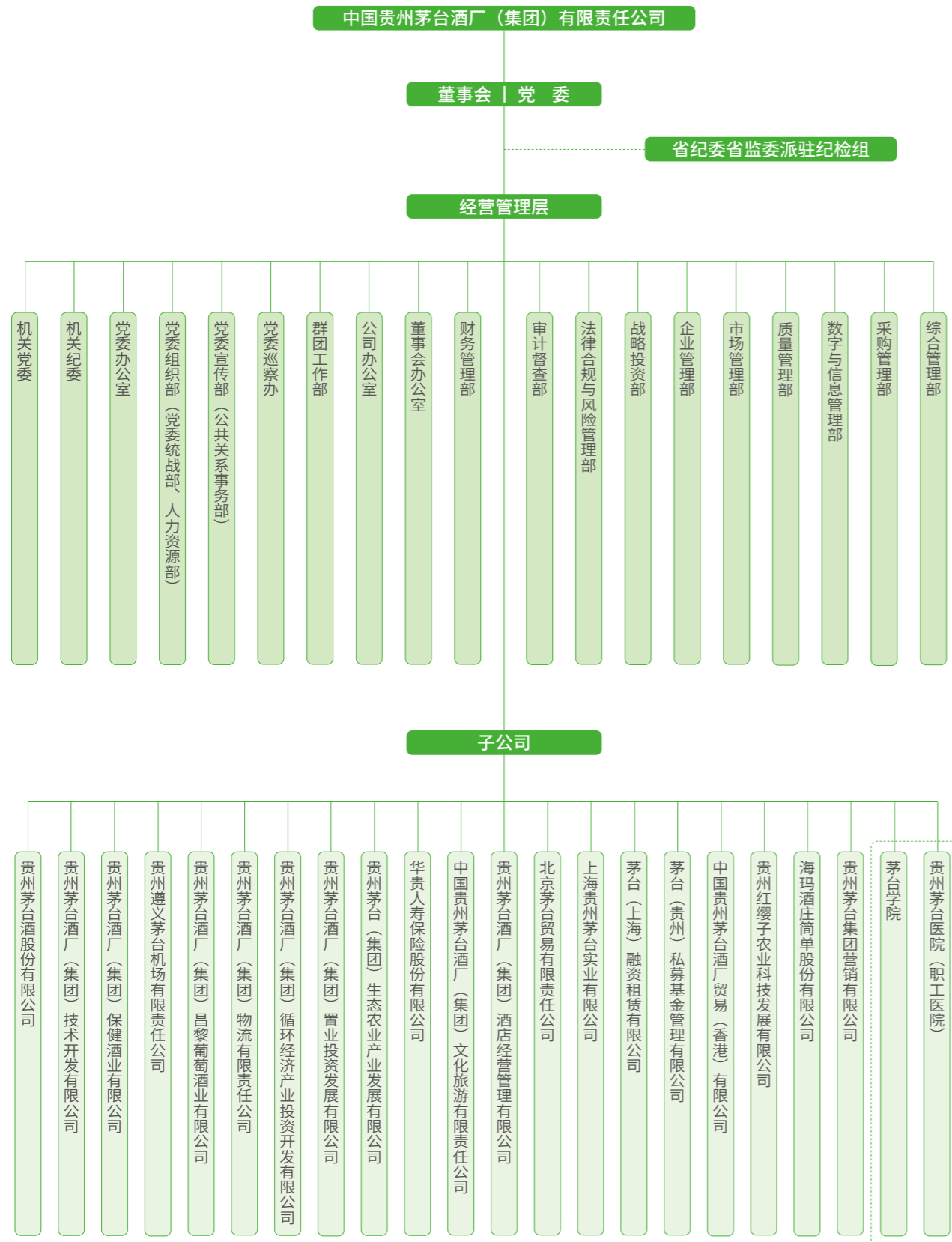
茅台品牌 **连续 7 年**
蝉联“Brand Finance 全球最具价值烈酒品牌 50 强”
榜首

茅台以 **1084.9 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 3 位

成为中国最具价值的酒类品牌



组织架构



发展目标

茅台集团计划通过五年的努力奋斗，实现“双一流、三突破、五跨越”的发展目标，推动茅台规模实力跃上新台阶，高质量发展取得更大成效，现代化建设取得突破性进展。

1	“双一流”	即打造世界一流企业、塑造世界一流品牌。
3	“三突破”	即到 2027 年，集团营业收入突破 2400 亿元，利润总额突破 1400 亿元，白酒产能突破 16 万吨。
5	“五跨越”	即质量管理实现新跨越，企业治理实现新跨越，品牌文化实现新跨越，绿色发展实现新跨越，科技创新实现新跨越。

公司治理

完善治理结构

茅台集团坚持加强党的领导和完善公司治理相统一，健全以党委会、董事会、总经理办公会、职代会相互配合、相互制约的公司治理模式，确保党委会“把方向、管大局、促落实”，董事会“定战略、作决策、防风险”，经理层“谋经营、抓落实、强管理”的作用得到充分发挥。修订印发新版议事规则，梳理形成《党委会、董事会、总经理办公会议事清单》。构建具有茅台特色的“1234”董事会管理模式，系统提升董事会决策效能、治理效能。结合董事会成员专业结构，调整优化专门委员会设置，调整后，董事会下设战略与投资、风险与合规管理、审计、提名、薪酬与考核五个专门委员会，有效提升公司规范运作水平。

茅台集团“1234”董事会管理模式

紧盯“1”个目标， 明确改革攻坚重点任务	<ul style="list-style-type: none"> 紧盯发挥董事会“定战略、作决策、防风险”目标定位，持续推进高水平董事会建设。
建强“2”支队伍， 夯实董事会运行基础	<ul style="list-style-type: none"> 建设“复合型”外部董事人才队伍。 打造“高级别”董秘队伍。
抓好“3”类服务， 提升董事会运行效率	<ul style="list-style-type: none"> 抓好“高效率”董事会服务。 提供“专业化”子公司服务。 做好“优质化”董事服务。
优化“4”项管理， 增强董事会治理能力	<ul style="list-style-type: none"> 规范派出董事授权管理。 理顺子公司董事会换届管理。 聚焦派出董事考核管理。 用好数字化信息系统管理。

2022

茅台集团

- > 共有 **7** 名董事，其中外部董事 **4** 名 (含女性董事 **1** 名)，职工董事 **1** 名。
- > 董事会组织召开会议 **24** 次，审议议案 **112** 项。
- > 董事会下设专门委员会召开会议 **44** 次，审议议题 **93** 项。

依法合规治企

茅台集团始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧围绕“五个坚持”的总体要求，着力构建安全可控的风险防范体系，充分发挥法治的引领、规范、保障作用，夯实茅台高质量发展的法治基础。

落实“五个坚持”

坚持依法治企

- 健全企业治理体系，整体推进集团及各子公司章程修改和党建入章；修改完善股份公司“三会”议事规则，加强子公司行权履职管控。
- 严格重大决策、重要制度、合同以及产品开发、舆论宣传、重要文件等重点领域法律审核把关。
- 制定《法治宣传教育第八个五年规划（2021—2025年）》，组织领导干部在线学法考试，开展民法典普法宣讲，利用爱茅台员工普法平台推送微视频等多种方式，增强全员法治意识。

坚持合规管理

- 聚焦制度制定、经营决策、合同管理、产品开发、品牌推广等重点环节，出具法律审查文书，审查招聘公告、产品开发、品牌宣传文件、合同及招标文件，做到重大决策、制度、合同的合规审查率 100%，推动合规管理实现“六入”。
- 对标一流企业，完善合规管理基本制度。
- 规范重点领域，针对重点领域制定相关合规制度及重点领域合规指引。
- 厚植合规文化，积极组织合规管理相关培训。
- 推动建立健全内部审计机构，强化内部审计体系建设，着力推进审计整改。

坚持推进法商融合

- 将法治工作融合到重大项目、投资并购、国企改革、新业务开发等重大项目事项中。全面参与“i茅台”平台建设与升级整改项目，参与“茅台+”开发项目。
- 紧盯公司重大改革专项、重大案件和社会热点话题，全过程把控风险，坚定维护茅台权益与声誉，着力提出符合茅台实际的法治化建议。

坚持构建系统完备的法治工作体系

- 加强党的领导责任体系，不断完善党委定期专题学法、定期听取工作汇报等制度，建立多层次的合规管理第一责任人职责体系。
- 初步搭建子公司法务体系，推动部分子公司先行先试，建立法务机构、配备法务人员、遴选法律顾问、成立法律顾问组。
- 启动“智慧法务”信息化建设工作，以数字化手段强化法务工作对公司战略发展的支撑力。

坚持锻造法治专业能力

- 重视人才培养。建立“定位发展、定向培养、定时学习、定期座谈”培养模式，培养专业程度高、实践能力强的专业法律人才。
- 加大人才激励。加强维权管理人员鉴定水平考核和授权管理，将鉴定人员“传帮带”纳入公司“师带徒”机制。
- 持续提升能力。选派公司律师外出学习，不定期邀请法学专家、知名学者、律师授课培训。

名词解释

合规管理“六入”：入业务、入流程、入制度、入岗位、入考核、入系统。



◎ 2022 年 12 月，茅台集团召开法治工作会

茅台集团 2020-2022 年度 合规管理绩效

法律审核率 (企业规章制度、
经济合同、重大决策的法律
审核) (%)



开展公平竞争

茅台集团高度重视公平竞争,持续营造公平有序的市场竞争环境。2022 年,集团发布《反不正当竞争合规指引》《反垄断合规指引》,并完善相关合规风险清单、义务清单,促进股份公司不断强化全员公平竞争意识,不断加强反垄断、反不正当竞争方面合规建设和管理,及时处置市场交易中可能出现的反不正当竞争、垄断行为。

保护知识产权

茅台集团完善知识产权管理机制,制定《著作权管理办法》,修订《商标管理办法》《专利管理办法》,上线知识产权协同创新管理系统,提高知识产权管理水平。坚持以知识产权确权保障品牌价值,为公司品牌打造、优化奠定权利基础。落实知识产权维护相关基础性重大专项工作,开展“飞天”商标探源等重点项目。2022 年,集团申请专利数 224 项,申请发明专利数 135 项,新增专利数 117 项;持有商标 2857 件 (含港澳台地区 49 件,其他国家或地区 585 件),其中中国驰名商标 3 件,持有专利 615 件,持有著作权 93 件。

持有商标	持有专利	持有著作权
2857 件	615 件	93 件

强化市场维权

茅台集团健全市场维权保障机制,建立茅台维权大数据中心,通过配合执法机关开展市场巡查、线索收集、案件经营、收网行动等执法行动,加强对假冒侵权事项的分析研判和协调打击,切实维护公司利益、消费者权益和市场秩序。2022 年,集团累计配合执法部门办理侵犯茅台知识产权案件 2542 件、开展专项行动近 3000 次,投诉处理侵权门店 240 个、网络虚假信息 2100 起,民事索赔 3000 余万元。

全面风险管理

茅台集团修订《全面风险管理办法》及其《实施细则》,建立风险防控三道防线组织体系。优化重大风险防范与管控,推动集团董事会风险与合规管理委员会组织召开 14 次会议,调研公司重大项目、子公司生产经营情况 10 余次;对合同的风险审查率实现 100%。强化全员风险管理意识与能力,组织参加“总法谈合规”系列视频讲座,累计参与 200 余人;开设风险管理基础班、强化班,将 2022 年 4 月份和 11 月份作为“风险意识强化月”,针对“风险管理兴趣人员”和“风险管理从业人员”开展专门培训课程。深化风险专项研究,持续探索集团管控风险模式,结合子公司风险管理建设情况,针对不同类型子公司提出差异化管理建议。

ESG 管理

社会责任观

茅台集团在长期的社会责任和 ESG 实践中形成了独具茅台特色的社会责任观——大品牌大担当:企业实现可持续发展为企业承担社会责任提供基础和前提,企业承担社会责任则会进一步促进企业实现可持续、高质量发展,两者相辅相成。“大品牌大担当”围绕“五线”发展道路,深度践行创新、协调、绿色、开放、共享发展理念,从股东、客户、员工、合作伙伴和社区等利益相关方角度出发,持续推动 ESG 工作开展,努力创造经济、社会和环境的综合价值,奋力实现“打造世界一流企业 塑造世界一流品牌”的美好愿景。

“五线”发展道路

坚持蓝线发展
构建协调、发展的现代产业体系

- 酒类板块要持续做强
- 酒旅康养板块要提速做大
- 综合金融板块要稳中做优
- 配套板块要提质做精

坚持红线发展
构建安全可控的风险防范体系

- 筑牢安全堤坝
- 坚持依法治企
- 防范各类风险

ESG 管理体系



坚持绿线发展
构建和谐共生的绿色发展体系

- 健全卓越品质的质量体系
- 加快建立绿色生态体系
- 持续建好循环经济体系

坚持白线发展
构建活力迸发的改革创新体系

- 深化改革构建现代治理体系
- 突出科技建立企业创新体系
- 数字赋能建设数字化体系
- 紧盯项目形成优质资产体系

坚持紫线发展
构建茅台美学品牌文化体系

- 建立集团文化体系
- 构筑茅台文化高地
- 创美茅台品牌矩阵

茅台集团积极推进 ESG 管理体系建设,推动形成“纵向层层落实、横向全面覆盖”的 ESG 管理机制。在党委宣传部设立 ESG 管理工作办公室,是集团 ESG 工作的协调和执行机构,负责协调推进 ESG 事宜落地执行。集团各部门和所属企业根据业务属性开展 ESG 议题管理和实践,切实将 ESG 管理要求融入公司经营全过程。推动所属上市公司开展 ESG 信息披露,展示公司在环境、社会和公司治理方面的履责进展和成效。

利益相关方沟通

茅台集团持续关注利益相关方的诉求与期望，及时、准确地披露经营业绩、ESG 履责实践等信息，增进利益相关方对集团的了解和支持，听取内外部利益相关方的合理意见和建议，并将其转化为企业发展的行动目标和方案，构建负责任的担当形象。

利益相关方	期望与诉求	沟通与回应
 政府	· 遵纪守法 · 经济发展 · 依法纳税 · 增加就业 · 严防腐败	· 依法治企 · 实现绿色高质量发展 · 按时足额缴纳税收 · 带动就业 · 风险管理
 股东	· 公司规范治理 · 资产保值增值 · 了解经营情况	· 完善公司治理 · 合规经营 · 及时、全面信息披露
 消费者	· 产品质量 · 消费者健康 · 食品安全 · 贴心服务	· 客户跟踪回访 · 宣传理性饮酒 · 加强食品安全管理 · 完善售后服务
 员工	· 权益保障 · 职业发展 · 身心健康	· 签订劳动合同 · 完善薪酬福利 · 健全人才培养体系 · 平衡工作与生活
 经销商	· 政策支持 · 合作共赢	· 制定科学的营销政策、政策激励 · 经销商培训
 供应商	· 遵守守信 · 公平公正采购	· 责任采购 · 友好合作 · 供应商审核
 社区	· 社区发展 · 社会公益	· 社区投资 · 助力乡村振兴 · 社会公益慈善
 环境	· 绿色环保 · 践行“双碳” · 污染治理	· 完善环境管理体系 · 绿色低碳运营 · 促进良好生态建设

行业角色

序号	社团组织名称	公司角色
1	中国企业联合会	副会长单位
2	中国质量协会	理事单位
3	中国酒业协会	副理事长单位
4	中国工业经济联合会	主席团单位
5	中国食品工业协会	副会长单位
6	中国轻工业联合会	副会长单位
7	全国白酒标准化技术委员会	副主任委员单位
8	全国白酒标准化技术委员会酱香型白酒分技术委员会	主任委员单位
9	中国上市公司协会	副会长单位
10	国际商标协会	会员单位
11	中国国际商会	副会长单位
12	中华商标协会	常务理事单位
13	贵州省质量协会	副会长单位
14	贵州省企业联合会 贵州省企业家协会	副会长单位
15	贵州省食品工业协会	副会长单位
16	贵州省酿酒工业协会	名誉理事长单位
17	贵州证券业协会	副会长单位
18	贵州省白酒产业发展促进会	副会长单位
19	遵义市企业联合会	副会长单位
20	北京生态设计与绿色制造促进会	企业会员单位
21	贵州省职工文化体育协会	副理事长单位

注：该表为茅台集团（包含子、分公司）参与的部分社团组织。

聚焦 永远跟党走，奋进开创“美时代”

2022年，是党的二十大召开之年，也是“十四五”承前启后的关键之年。茅台集团坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实习近平总书记关于茅台发展的系列重要指示批示精神，认真学习贯彻党的二十大和贵州省第十三次党代会精神，衷心拥护“两个确立”、忠诚践行“两个维护”，深入开展基层党建，纵深推进全面从严治党，切实以高质量党建引领茅台高质量发展，彰显“美时代”的企业新担当。

深化理论武装

茅台集团始终把政治建设放在首位，持续强化党的创新理论武装和思想政治引领。围绕党的二十大和贵州省第十三次党代会精神，扎实开展学习活动，通过参加网络专题示范培训班、专题研讨、基层宣讲等形式，全力推动党的二十大精神入脑入心。坚持“第一议题”抓学习、“第一遵循”抓贯彻、“第一政治要件”抓落实，持续深入贯彻落实习近平总书记重要批示精神，实施按月调度、按季督查、每半年专题研究。建立党史学习教育常态化长效化制度机制，通过旁听指导、定期通报、专项督查等方式，扎实推动党史学习教育走深走实。2022年，茅台集团开展党的二十大精神和省第十三次党代会精神宣讲1200余场，覆盖超9万人次。

开展党的二十大精神和省第十三次党代会精神宣讲 **1200** 余场 覆盖超 **9** 万人次



◎ 2022年12月，茅台集团举行学习贯彻党的二十大精神专题报告会

夯实基层基础

茅台集团全力增强基层党组织政治功能和组织功能，推动基层党建实现提质增效。开展基层党组织书记全员轮训和党务干部月培训，通过“自查+督查”动态清零“大支部”和党员空白班组，推动党建基础全方位夯实。创新实施区域党建制度，推动驻外机构组织联建、业务联动、党员联心。开创融合发展新局面，深化茅台“五心”党建示范点建设，全覆盖开展党组织“结对共建”，深化产业链供应链创新链党建工作，推动党员干部在重大项目建设、重大课题研究、重大改革任务中带头攻坚。

2022 茅台集团

- > 在全国划分 **30** 个党建区域，明确代管责任，实行月报制度。
- > 编发基层党建常用制度 **15** 项，发展党员 **713** 名，遴选专职党务干部 **14** 名。
- > 集团获评省系统企业示范党支部 **19** 个、第三批省级示范党支部 **1** 个。
- > 对和义兴分公司系统施治，重塑组织架构、配齐配强管理团队。



◎ 2022年8月，制曲六车间党支部获得第三批“全省党支部标准化规范化建设示范点”授牌

培养人才队伍

茅台集团坚持精准识人、科学用人、全面育人，着力锻造高素质专业化干部队伍。实施选人用人“提升年”行动，深入 46 家单位调研了解干部队伍履职情况，拓宽干部选用渠道，择优提拔 203 名、竞争上岗 28 名，激发干部队伍活力。多措并举提升能力素质，组织企业高管举办高质量发展现代化建设专题培训班，开展干部培训 22 期、2500 余人次，外派 6 名干部挂职锻炼，选派 32 名干部到子公司任职历练，提升干部队伍能力。坚持以正确用人导向引领干事创业导向，成立干部教育监督室，规范子公司干部选拔报备报批程序，优化干部人才结构。

调研了解干部队伍履职单位	择优提拔干部	竞争上岗干部	开展干部培训
46 家	203 名	28 名	22 期
培训干部	外派挂职锻炼干部	选派到子公司任职历练干部	
2500 余人次	6 名	32 名	



◎ 茅台集团举办 2022 年高质量发展现代化建设研讨班

全面从严治党

茅台集团始终聚焦“全面从严治党永远在路上，党的自我革命永远在路上”，坚决贯彻落实习近平总书记关于“防腐才能走远”和“标本兼治”的重要指示要求，认真履行全面从严治党主体责任，坚定不移推进党风廉政建设。严格落实中央八项规定精神及实施细则，督促集团各单位系统开展贯彻落实中央八项规定精神自查自纠。印发《2022 年茅台集团进一步改进作风狠抓落实工作方案》，严格落实领导批示办理“1101”工作机制。组织召开党建工作暨党风廉政建设工作会议，全力配合完成派驻纪检监察机构改革，厘清各监督主体权责边界，一体推进“三不腐”，加强对“一把手”和领导班子监督，严防重点领域腐败风险。通过党委巡察和政治体检，发现问题、推动整改。完善清风宣讲、警示教育、案例通报等方式，常态化用好用活茅台廉政教育馆，组织 392 批次 1.7 万余名党员干部到馆接受警示教育，推动广大党员干部筑牢廉洁思想防线。

组织警示教育	接受警示教育党员干部
392 批次	1.7 万余名



◎ 茅台集团召开 2022 年党的建设暨党风廉政建设工作会议

1 棋心拼搏 酿造甘美品质

报答春光知有处，应须美酒送生涯。茅台集团聚焦“酒、酒旅康养、综合金融”三大主业，在高质量发展新征程上“棋心拼搏”，推动国有企业持续做优做强做大，实现国企改革三年行动顺利收官；始终坚守“质量是生命之魂”，坚定践行“五匠”质量观，精心打造卓越产品；持续做好客户服务，提供更多“美”产品、创造更多“美”价值，深入践行“酿造高品质生活”的企业使命。

- 聚焦发展大局 22
- 打造质量高地 26
- 提升客户体验 30

实现营业收入
1365 亿元

“红缨子”原种和良种纯度
99 %

产品出厂合格率
100 %

产品兑换及时率
>98 %



爱我茅台 为国争光

可持续发展目标

- 9 产业、创新和基础设施
- 12 负责任消费和生产
- 16 和平、正义与强大机构

聚焦发展大局

持续做优做强做大

2022 年, 面对严峻复杂的内外形势和风险挑战, 茅台集团统筹抓好生产经营、改革攻坚等各项工作, 走好茅台“五线”高质量发展道路, 全面超额完成年度目标任务, 搭建起高质量发展、现代化建设的“四梁八柱”, 逆势而上交付了“优”的答卷、逐梦前行踏上了“美”的征程、克难奋进谱写了“勇”的赞歌。集团全年实现营业收入 1365 亿元, 同比增长 2.9%; 利润总额 912 亿元, 同比增长 7.2%; 实现税收 657 亿元, 同比增长 24.5%; 资产总额 3355 亿元, 同比增长 1.62%。



全年实现营业收入

1365 亿元

实现税收

657 亿元

资产总额

3355 亿元

茅台集团 2020-2022 年度主要经营指标

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入增长率	%	13.89	16.08	2.90
净利润增长率	%	16.81	15.00	7.23
净资产收益率	%	27.57	28.28	28.78
资本保值增值率	%	127.51	128.95	127.03
资产负债率	%	23.31	28.76	29.34



全面深化改革

茅台集团时时向改革要动力、以改革促发展, 聚焦国企改革三年行动收官年和“改革攻坚年”两大任务, 在加强党的领导、完善现代企业制度、健全市场化经营机制、推进混合所有制改革、科技创新等关键领域取得一批重大成果。全面完成国企改革三年行动各项任务, 有序推进“三项制度”改革重点任务, 集团公司及 72 家子公司 178 名经理层成员全面实现任期制与契约化管理; 积极开展对标世界一流管理提升行动, 推进集团公司、股份公司机构改革, 集团公司机构从 38 个精简至 19 个, 股份公司机构从 104 个精简至 86 个, 奋力开创集团发展新格局。

优化三大主业

茅台集团围绕茅台发展的目标愿景和蓝图规划, 加快酒板块新品研发、提质增效, 持续深化“酒、酒旅康养、综合金融”三大主业发展布局, 实现三大主业的平衡充分发展, 最大限度提升主业发展支撑力。

酒板块

立足“酒主业+酒配套”, 全面构建以茅台酒为主干、酱香系列酒为增长极、其他酒类为支点的发展格局, 把酒主业打造成为茅台最重要的第一增长曲线。

- **茅台酒方面**, 通过产品的“六定”(定位、定档、定型、定价、定量、定景), 构建起以“尊品、珍品、精品、经典”系列为核心的产品梯队。
- 在**系列酒方面**, 积极构建“茅台酱香、股份出品”“茅台家族、集团出品”两大酒类矩阵, 成功打造茅台白酒板块的“护卫舰群”。
- 全面推进**葡萄酒、果酒**等板块的“定位、定向、定标、定行、定责”工作, 明晰各板块发展思路。
- 提质做精**配套板块**, 推进种业、制造业、物流业、循环业并举, 深入实施优势产业延链、短板产业补链、传统产业升链、新兴产业建链“四链工程”, 形成“对内配套、对外拓展”的连环拳。

酒旅康养板块

坚持以文塑旅、以旅彰文, 推动“茅台+”“+茅台”“茅台×”持续做大做强, 打造数字茅台, 推动成为茅台高质量发展的第二增长曲线。

- 坚持酒旅融合, 全面培育壮大文旅产业, 推动形成“一司”(茅台文旅公司)、“一城”(中国酒文化城)、“一港”(茅台机场)、“一院”(贵州茅台医院)、“二酒店”(茅台国际大酒店和三亚海棠湾酒店)近百亿规模的文旅产业群。
- 围绕“茅台+”, 建成并投运酒文化城项目, 积极推进茅台天街、茅酒之源等沉浸式体验旅游项目建设, 着力打造世界酒文化集聚区和国际酒旅圣地。
- 围绕“+茅台”, 依托中华传统文化, 开发系列文创产品, 成功打造茅台冰淇淋、茅台鸡尾酒等跨界产品, 广泛吸引年轻消费者“打卡消费”, “茅台 IP”更加深入人心。
- 围绕“茅台×”, 重点发展“医、养、险、居、旅”相结合的康养、居养、旅养产业, 打造“茅台康养”品牌。

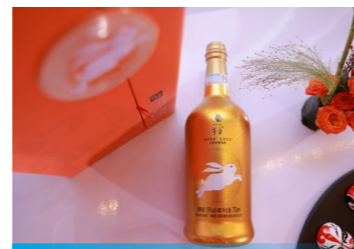
综合金融板块

坚持以产为主、产融结合思路, 发挥统筹资源、增值资产、运营资金、融通资本的功能, 大力提升金融产业能级, 努力打造成为茅台的第三增长曲线。

- 重点围绕“资金平台、产融平台、投资平台”的定位, 积极推进金融板块子公司做大做强。
- 截至目前, 财务公司、融资租赁公司、基金公司、华贵保险公司等 4 家金融企业资产规模已超千亿, 服务集团产业链条及客户资源的能力日益增强。

茅台集团新品研发 (2022 年)

<p>贵州茅台</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 壬寅虎年生肖酒 ● 茅台 1935 ● 茅台冰激凌
<p>保健酒业公司</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 酱门经典·匠心 ● 酱门经典·匠工
<p>葡萄酒公司</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 茅台 2022 年亚运会官方指定红酒干红葡萄酒 ● 茅台红 20 周年纪念干红葡萄酒 ● 茅台癸卯兔年生肖纪念葡萄酒
<p>生态农业公司</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 蓝莓蒸馏酒 2 款 ● 蓝莓复原果汁 1 款 ● 浓缩蓝莓汁 1 款 ● 蓝莓白兰地 28 款 ● 蓝莓露酒 1 款



◎ 2022 年 7 月，“喜逢·茅台 1935”探寻文化之旅走进河南开封



◎ 2022 年 7 月，茅台传承人开启茅台文化探源之旅

推进文化建设

茅台集团聚焦“美时代、美生活”，围绕习近平总书记赋予茅台“高档商品”和“酒文化的极致”的品牌文化定位，大力加强文化建设，以文化软实力赋能发展硬实力。深入挖掘中国酒文化的新时代内涵，以“人、文、物、艺、礼、节、史、器、哲”九大系列文化为遵循，潜心探索茅台酒生产周期与二十四节气的时令规律，遵循顺天时、躬人事的“天人共酿”之美。坚持多角度、全方位解析和丰富茅台文化，开展独具茅台特色的二十四节气系列活动，改版升级企业文化理念，持续提升文化遗产保护水平。建设茅台文化体验馆，打造茅台文化窗口，加强消费者互动体验。践行习近平总书记提出的全球发展倡议，积极布局全球市场，通过文化交流、品鉴体验、主题展览等一系列海外文化推介活动，传播中华优秀传统文化，助力茅台文化出海，充分释放茅台文化和茅台品牌的独特魅力。

案例 茅台集团 APEC 之行：传播中华文化、助力开放合作

2022 年 11 月，茅台集团受邀参加 2022 年度亚太经合组织工商领导人峰会开幕式及公开论坛讨论。期间，茅台集团举办了“中国茅台·香飘 APEC 之泰国品鉴晚宴”“2022APEC 工商领导人峰会·CEO 闭门午餐会”“看到更美的世界——茅台公益行动 APEC（泰国）站”等系列文化、经贸、慈善活动，以美贯穿 APEC 之行，以美与世界联通，积极传播中华文化和中国企业正能量。



◎ 茅台集团党委书记、董事长丁雄军参加 2022 年度亚太经合组织工商领导人峰会

打造质量高地

茅台集团始终坚守“质量是生命之魂”的企业信仰，持续树牢“五匠”质量观，全面构建“365”质量管理体系，严格全产业链质量管控，持续培育厚植工匠文化，打造品质高地，迈向茅台高质量发展新台阶。

“五匠”质量观

茅台集团坚持“质量立企”，持续践行“五匠”质量观，高效推进质量管理工作，巩固茅台的最强核心竞争力，让高品质始终成为茅台最鲜明的标识。

- 永葆质量匠心** 始终坚持精益求精、品质为先的初心
- 铸牢质量匠魂** 一切生产质量工作都要贯彻“质量是生命之魂”的理念
- 炼就质量匠术** 落实全过程、全场景、全员工三大控制论
- 精制质量匠器** 生产质量管理标准支撑和技术支持，提升质量管理现代化水平
- 锻造质量匠人** 着力培育打造一流的工匠队伍、一流的科研团队和一流的管理精英



© 2022年9月，茅台集团召开2023年度生产·质量大会暨第一届“茅台工匠日”启动大会，全体参会人员作承诺宣誓

“365”质量管理体系

茅台集团全面实施“365”质量管理体系，协同推进集团公司、子公司质量管理体系建设，推动质量管理标准化、科学化、专业化，不断提升质量管理现代化水平。

- 3** 实现质量管理体系更加完善、全域质量均衡发展、质量水平整体跃升三个目标。
- 6** 抓好全员质量共治、全域质量协同、全生命周期质量管控、全员全面全过程质量监督、质量生态协同发展共同体构建和质量治理能力现代化等六项任务。
- 5** 做好组织领导、人才支撑、经费支持、督查考核、舆论宣传等五大保障。

强化制度体系建设

- 加快标准体系建设，完成100余项管理和技术标准的制修订。
- 深入开展流程优化，系统梳理流程建设的“盲点”“缺项”，发布优化设备管理、质量管理、新产品开发、仓储物流等环节优化流程。

健全质量绩效评价体系

- 构建形成包括64类122项评价条款、384条评价标准的质量管理成熟度评价体系，制定实施“一企一策”专项方案，统筹开展子公司质量跃升行动。
- 聚焦供应商质量保障能力和质量事件控制等，形成包含一级指标35项、二级指标208项的全域全产业链质量运行评价指标，并通过“月度自查、季度汇报、分级管控”的运行监控机制，全面实施年度质量目标管理。

完善质量监管体系

- 推动构建以质量领导小组、质量委员会、首席质量官、质量专员、质量督导员、质量检验员为主的多层级质量监督责任体系。
- 全面实施以质量专员日常检查、工序质量考核、产品质量监督抽查、质量体系审核、型式检验等日常检查考核为基础，以飞行检查、质量事件专项调查为补充的“5+2”质量监督考核体系。

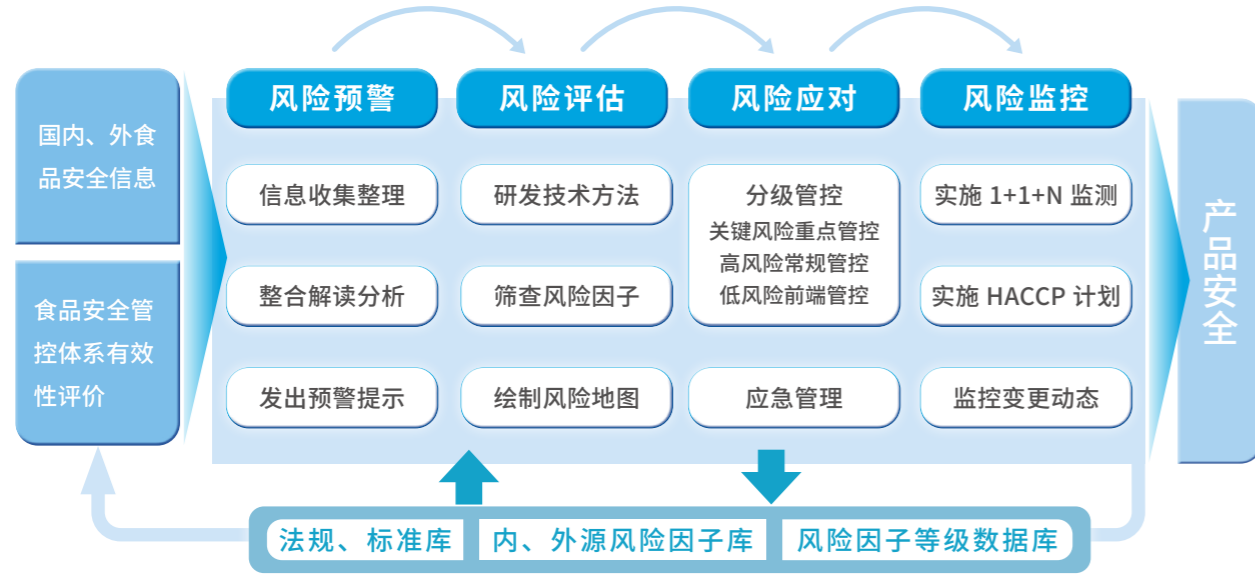
全产业链质量和食品安全管控

茅台集团为保障产品质量与食品安全，加强全产业链全生命周期质量管控，实施全员全面全过程质量监督，推进全生命周期质量严格管控，推动质量管理体系更加完善，全域质量均衡发展、质量水平整体跃升。

全产业链质量安全风险管控

茅台集团构建以风险防控流程为制度驱动，以食品安全四大平台为技术驱动的食品安全管理管控体系，定期收集国内外酒类食品相关法律法规和技术标准，结合生产实际对全产业链涉及的质量安全风险进行识别与评估，制定差异化、针对性强的管控措施，形成覆盖全产业链的128项质量保证制度、133项质量安全技术标准和1123项控制指标，强化对风险的有效管控，确保产品质量安全。

食品安全管控体系



全生命周期质量管控

完善采购管理

- 实施“良种”工程，加强种子全生命周期质量管控和种业科技创新工作，“红缨子”原种和良种纯度双双达到 99.9%。
- 强化原料种植管理，围绕“一图、一证、一地、一网、一库”目标要求，引进数字化手段，量化过程管理指标，有效提升原料基地现代化管理水平。
- 坚持“供以质胜”，严格供应商管理，采购质量指标中纳入绩效考核的指标达成率为 100%。
- 系统推进检验关口前移行动，全面实施小麦“先整理后抽检”和谷壳稻草采购前抽检，常态化开展溯源审查，促进供应商提升仓储管理水平。

加强生产过程管控

- 制曲环节新增小麦硬度指标，探索关键指标对大曲品质的影响，不断优化工艺过程参数，生产用曲大曲微生物结构多样性稳步向好，酶系结构更趋于合理。
- 制酒环节新增基酒产量拟合度、堆积发酵质量“五步判别法”等评价方法，升级产量预测模型，生产指导更加科学，基酒质量稳步向好。
- 勾贮环节系统总结“四率”勾贮综合效能评价指标，科学统筹规划基酒资源，稳步推进基酒组合腾转，持续优化同台竞争模式，茅台酒及系列酒勾兑合格率均保持较高水平。
- 包装环节积极推行供应链计划集成管理提升，产品一次抽检合格率 99.998%。

严格产品监控



- 严格实施产品质量与食品安全、风味品质稳定性控制，实现待包装酒检验合格率、包装成品检验合格率、产品出厂合格率均为 100%。
- 通过自动化生产、视觉检测、在线监测及各业务系统数字化等项目建设，提升数据监视、测量的有效性、准确性和及时性。

优化服务质量



- 产品兑换及时率保持 98% 以上，第三代茅台专卖店、酱香酒体验中心等平台建设取得有效进展，顾客满意度稳定在较高水平。

质量文化建设

茅台集团持续健全质量文化体系，编制形成质量文化手册，强化质量文化建设。组织贵州省“质量月”启动仪式暨质量管理交流推广活动，开展质量文化、检测检验等培训。积极举办茅台酒品鉴会、茅粉节品鉴会等活动，增进经销商、消费者等相关方对茅台文化的认识。系统开展质量标杆创建工作，进一步增强质量文化影响力。



贵州省“质量月”启动仪式暨质量管理交流推广活动

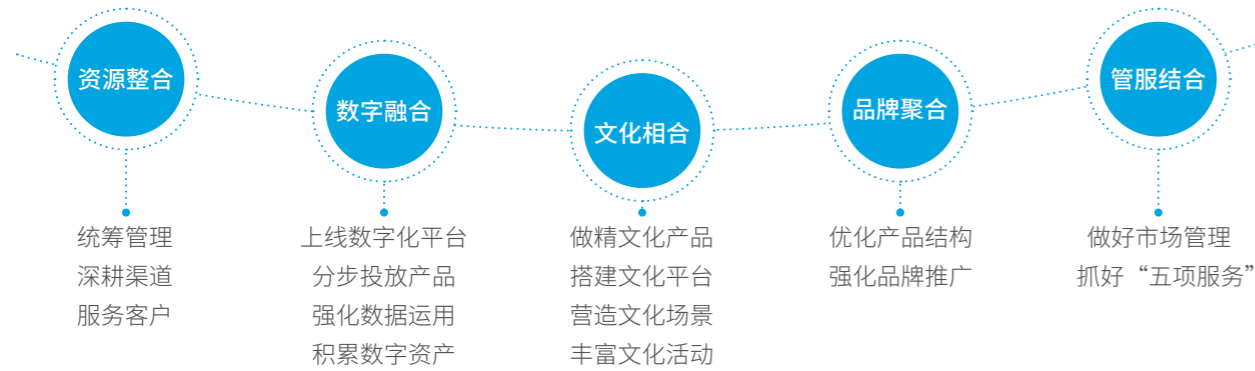


茅台首席品评师彭璟在中国企业家博鳌论坛上作品鉴分享

提升客户体验

茅台集团坚持“以客户为中心”，深入践行“五合营销法”，稳定供应优质产品和服务，积极探索推广服务新模式，完善售后服务机制，全方位保障消费者权益，为消费者创造美的体验。

“五合营销法”



茅台集团 2022 年客户服务绩效

指标	客户满意度 (%)	客户投诉解决率 (%)
保健酒业公司	82.75	100
生态农业公司	91.5	100
葡萄酒公司	93.20	100

案例 精益求精，贵州茅台为消费者提供高品质服务

优化服务体系。严格执行《贵州茅台专卖店标准化服务规范》《顾客咨询投诉管理方法》等制度，规范消费者服务和投诉管理流程，畅通消费者沟通渠道。以客户服务中心为沟通窗口，搭建客服热线、企业邮箱、微信公众号、“i茅台”等信息反馈平台，确保及时、有效处理消费者反馈。

保障消费者权益。制定《渗漏酒兑换管理办法》《产品更换（返工）管理办法》，不断完善产品售后管理及服务。定期在全国各省市直营店开展免费鉴定活动，全力支持消费者依法维权，提升品牌信任度。2022 年，客户投诉解决率 100%。



“i茅台”数字营销平台通过商城、营销、终端、仓配、溯源等供应链协同，为消费者提供公开、便捷、放心的一站式服务

提升消费者体验。围绕“看、听、品、吃、礼”五字要义，推动集“品牌形象、文化展示、品饮体验、客户服务”四大功能于一体的第三代专卖店建设，提高专卖店服务标准、产品陈列规范要求，进一步加强品牌、文化、数字赋能作用。打造茅台酒特色品鉴会，通过创新消费场景、规范品饮流程，推动双向互动交流转型升级，增强品饮活动的仪式感和获得感，深度链接核心消费群体。



第三代茅台专卖店亮相

案例 保健酒业公司助力更多消费者畅享“美生活”

继 2022 年 7 月茅台醇年代系列隆重上市、11 月酱门经典焕新上市后，2023 年 1 月，保健酒业公司重磅推出新品台源，进一步梳理内部产品价格带，紧扣“质价匹配、层次清晰、梯度合理”的产品结构体系，构建丰富和清晰的全价格带、全产品概念、全包装形态的产品矩阵，最大限度满足消费者在不同层次、不同消费场景的细分需求。

案例 葡萄酒公司强化客户沟通，优化消费者体验

葡萄酒公司全方位畅通消费者沟通渠道，举办万余场品鉴会，同步开展产品介绍和产品知识普及，逐步形成一定规模的消费群，培育出一批核心忠实粉丝。组织茅台葡萄酒进名企和庄园山海游等活动，加深品牌介绍和产品讲解，不定期开展客户培训，实现品牌价值的传递和塑造。通过电视网站广告发布、微信公众号沟通、400 热线电话沟通等方式拓宽沟通渠道，健全客户投诉管理及产品召回机制，为消费者提供全方位的保障体系，切实提升消费者体验。

2 科技赋能 争创丰美成果

唯创新者强，唯创新者胜。茅台集团坚持“科学传承美、科技创新美”，持续强化科技创新体系，提升科技创新水平和综合实力，潜心打造“智慧茅台”，健全管理创新机制，激活科技创新驱动发展效能，开启了“美时代”茅台科技创新工作新篇章。

强化科技创新	34
打造“智慧茅台”	36
优化管理创新	37

● 科技创新研发投入

6.4 亿元

● 科技人才数量

2630 人

● 获授权专利数

117 项

● 开展科研项目

203 项

● 累计开展国家级项目 省部级项目

13 项

59 项



强化科技创新

茅台集团始终坚持“科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力”，持续强化科技创新引领，加速平台、人才和项目等科技创新“三驾马车”，为公司高质量发展添动力、增活力。

搭建创新平台

茅台集团围绕白酒酿造、品评勾调、技能提升、质量检测等领域，建成科技创新平台 20 个，其中国家级 7 个、省级 9 个。成立茅台科学与技术研究院，以“1+M+N”运行模式赋能科技创新。依托产业链布局创新链，有序推进“两室、两中心、一站”等创新平台的运行、建设和筹建，围绕“资源挖掘、功能开发、工程菌构建、工业化应用”4 个方向，推动工业微生物资源开发重点实验室内部建设和试运行；聚焦特色高粱种质创新基础理论与关键技术，启动特色高粱创新重点实验室创建；推进赤水河流域茅台段野外观测研究站创建，不断加强酿造产区水土气微等生态要素监测评价；贵州省酿酒工程技术研究中心进入试运行阶段，围绕酿酒工序持续开展技术研究；聚焦智能制造和绿色、低碳、循环发展，申报并获批贵州省白酒制造业创新中心试点，打造高层次科创平台集群。

同时，茅台集团积极与贵州省科技厅、中科院微生物所、中科院水生所、中国环境科学研究院等签署科技创新战略合作协议，在科技创新、酿造微生物研究、水环境微生物研究、赤水河生态环境保护等领域开展深度科研合作，推动科技创新能级提升。



◎ 2022 年 10 月，茅台集团领导为茅台科学与技术研究院揭牌

培育科创人才

茅台集团全面实施人才强企战略，发布《关于建设科技创新人才高地的实施方案》，构建完善科技创新人才评价和激励体系，完善科技创新人才工作顶层设计。柔性引进高层次人才 3 名，全职引进博士 29 名，217 人职称、学历、职级获得提升，通过“首席计划”“传承计划”“杰青计划”“返聘计划”实现 187 位不同层次人才的能力提升，持续加强科技创新人才队伍建设。2022 年，茅台集团科技人才数量达 2630 人。



◎ 2022 年 3 月，茅台集团召开科技创新和人才工作大会



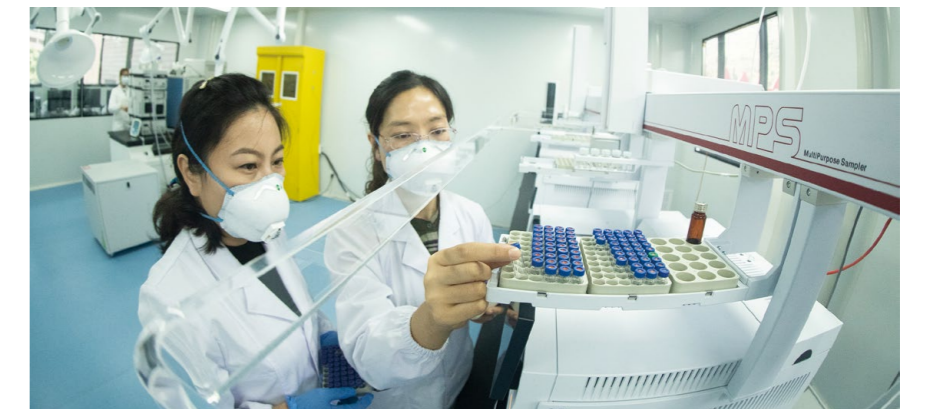
科技人才数量达
2630人

转化创新成果

茅台集团紧紧围绕全产业链重大战略需求和关键核心技术难题集智攻关，持续深耕科技创新成果转化，形成科研成果与生产实践的有效融合，实现传统酿造领域科技创新水平的提升跨越。

基础研究领域成果逐渐显性化。围绕白酒风味与品质研究、食品安全研究和产品开发应用等领域，完成“软、硬质茅台冰淇淋配方及制作工艺”“白酒中塑料加工助剂筛查方法”“食品质量安全舆情分析系统”等成果转化及应用 10 项。系统开展产区生态环境监测与承载评估研究，为《贵州省赤水河流域酱香型白酒生产环境保护条例》立法提供重要数据支撑。强力推进酿造原料与育种研究，采用精准高效的优质、抗病、高产性状的遗传累加和聚合技术，育成并审定 3 个适合长江中下游地区种植的新一代制曲小麦新品种，并在茅台有机小麦生产基地推广种植 2300 余亩。

重点装备研发取得阶段性成效。持续推动酱香型白酒酿造部分工序向机械化、自动化、智能化转型升级。对制曲工序的拌料、踩曲、转运等环节开展研究，开发出的制曲拌料自动输送系统已在生产上初步应用。机械化上甑技术在酱香系列酒生产中持续验证，配套开发谷壳清蒸设备，优化布甑机设备及其参数，有效提升自动化水平。初步建成投用包装生产示范线，运行速度提升 30% 以上，实现 13 道关键工序在线自动检测，增强示范线产品的食品安全监测和检测能力。



科技创新管理

茅台集团成立科技创新工作领导小组，围绕科技创新活动全过程，从成果评选、项目管理、经费管理、统计管理、考核管理、激励管理等方面制修订多项制度、办法，确保创新管理工作机制高效运行。发布《未来十年科技创新规划》，加快完善基础研究、应用研究、试验发展领域体制机制。通过科技创新会、项目评审会、技术交流会、项目督查等方式，推动科技创新工作走深、走实。2022 年，公司在贵州省国资委 2022 年度监管企业科技创新考核中排名第一。

茅台集团 2020-2022 年度科技创新绩效

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
研发投入	亿元	2.28	3.4	6.4
授权发明专利	项	8	11	6

2022 茅台集团

- 申请专利 **224** 项，获授权专利 **117** 项
- 发表学术论文 **77** 篇，其中 SCI 收录 **27** 篇
- 围绕原料、微生物、酿造环境等七大方面开展 **203** 项科研项目
- 审定小麦、高粱新品种 **5** 个，申请“茅糯”商标
- 获厅级及行业协会科学技术奖等奖项共 **19** 项，其中中国轻工业联合会科技进步奖**一等奖**，中国食协科学技术奖**一等奖、二等奖各 1** 项
- 集团创新实力综合指数得分持续保持**行业第一**

打造“智慧茅台”

茅台集团深入推进“智慧茅台”建设，出台《关于加快推进“智慧茅台”建设的意见》，全面推进数字底座、业务系统、茅台大脑建设，提升数字化基础设施能力，加强产业链、供应链、价值链数字融合，培育发展新动能。

茅台集团全力打造“云、数、网、安”等数字底座，完成茅台云、企业级主数据平台、园区骨干网、工业互联网标识解析二级节点等基础性工程，提升通信网络、区域边界、计算环境和软件系统的防护能力。上线酒库安消一体化示范系统，形成智慧园区建设相关技术标准，提升园区综合安防管理能力。构建 S2B2C 的全链路营销管理模式，成功推出“i茅台”数字营销平台，上线“巽风数字世界”，不断完善集团供产销数字化平台建设。开展集中采购管理、物资供应管理、包装生产计划管理、茅台仓储物流等系统建设，集成供应链体系链逐渐完善。

案例 茅台集团完成白酒工业互联网标识解析二级节点部署，筑牢数字底座

茅台集团积极申报并部署完成白酒工业互联网标识解析二级节点，基于标识解析体系和“匠品链”构建“一码通管”能力平台，已为茅台酒和系列酒追溯发放工业互联网标识近 40 万，向 26 家包材供应商 11 类包材发放工业互联网标识近 55 万，上链数据总量约为 920 万条。未来，将充分发挥茅台的产业规模和影响力，全面推进标识解析规模化应用，致力于构建服务于茅台自身、辐射于产业链上下游、赤水河流域及全国酒行业的标识解析服务及工业互联网平台，助力中国白酒科技创新和行业发展数字化转型。

案例 茅台集团上线“巽风数字世界”，探索“数实融合”新路径

茅台集团基于数字身份、联盟链、3D 引擎、数字孪生等核心技术，成功打造“巽风数字世界”，以场景、内容、角色为主线，孪生“茅酒之源”场景，建设酿酒体验初识生产线，组织酿酒竞赛、二十四节气酒发布会等系列活动，让用户在虚拟世界里驱动数字人身份，了解茅台酒的工艺、文化和科学内涵，开发新业态的同时成为茅台的文化传播窗口。



优化管理创新

茅台集团持续加强公司管理体系与管理能力建设，组织修订《管理创新项目管理办法》，从预算填报、立项、过程管理、阶段验收、结项、推广等环节实施项目全过程管理。建立职责动态更新机制，印发《职责、制度、流程、体系一体化手册》，统筹制度有效性评审和“废改立”工作，有效保障制度的系统性、全面性、实用性和有效性。落实“一企一策、分类施策”原则，科学设置各子公司经济指标、管理指标、否决指标，合理制定各单位绩效考核指标。加大管理创新激励力度，增设管理创新成果对外推荐获奖表彰奖励。2022 年，茅台集团召开制度评审会 100 余次，评审制度 390 余个；收到 20 份管理创新成果立项申报，15 个通过立项评审，累计成功验收 11 个项目。

茅台集团不断加强与外部单位的交流学习，持续输出公司管理创新成果，展示茅台管理创新成效。邀请外部专家到公司开展管理创新基本知识培训，组织开展管理创新项目评审技能提升培训，全面提升管理人员管理创新成果报告撰写与评审能力，助力管理创新工作高质量开展。

2022 茅台集团

- 股份公司《以服务绿色发展为目标的数智化环保管理》、赖茅酒业《白酒企业以体育活动为载体的营销渠道变革管理》管理创新成果获得第二十二届贵州省企业管理现代化创新成果**三等奖**
- 《对标世界一流的管理提升》项目获得第二十二届贵州省企业管理现代化创新成果**一等奖**和第二十九届全国企业管理现代化创新成果**二等奖**
- 《基于数字化转型的法人治理体系构建》获得贵州省企业管理现代化创新成果**二等奖**

3 安全环保 营造和美环境

青山不墨千秋画，绿水无弦万古琴，良好生态环境是最普惠的民生福祉。茅台集团坚守安全生产底线，坚持以“美酒”为本、以“美食”为体，大力倡导“节能降碳”行动，服务“双碳”目标，把绿色、低碳、循环的健康生活理念贯穿于企业生产经营全过程，为不断满足人们对美好生活的向往和追求而共同努力。

落实安全生产	40	强化环境管理	48
坚持绿色运营	42	守护生态平衡	50
应对气候变化	46		

安全经费投入	15412.45 万元	废水排放达标率	100%
贵州茅台万元营收综合能耗	0.01 吨标煤 / 万元	投入环保资金	3.94 亿元



落实安全生产

茅台集团深入学习贯彻习近平总书记关于安全生产重要论述以及对贵州安全生产工作重要批示精神，认真落实贵州省委、省政府、省国资委关于安全生产工作的决策部署，秉持“安全第一、预防为主、综合治理”安全生产方针，守牢“安全是最大前提”的指导思想，坚决走好“红线”发展道路，全力防范化解重大安全风险，为茅台高质量发展保驾护航。

安全生产管理



投入安全经费

15412.45 万元

茅台集团建立健全安全生产制度管理体系，持续压紧压实安全生产主体责任。坚持以第一议题全面部署安全生产工作，制定《2022 年安全生产“打非治违”专项整治工作方案》《安全生产专项整治三年行动“巩固提升”工作方案》，集中攻坚“打非治违”专项整治工作，推进安全生产专项整治三年行动决胜收官。推动各单位签订《2022 年安全生产和消防工作目标管理责任书》，明确安全和消防管理职责。统筹抓好安全生产综合管理、行业管理安全制度建设，构建“横向到边、纵向到底、全员覆盖”的安全生产责任体系。严格经销商、供应商安全管理，强化依法治理安全生产，大力开展安全数字化、智能化建设，依靠科技创新提升安全生产水平。2022 年，茅台集团投入安全经费 15412.45 万元，安全生产形势持续稳定向好。

茅台集团 2020—2022 年安全生产绩效

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
较大以上火灾事故	起	0	0	0
较大以上安全生产事故	起	0	0	0
因工死亡率	‰	0	0	0
因工重伤率	‰	0	0	0
因工工伤率	‰	2.52	2.51	2.50
培训率	%	100	100	100

安全风险防控

茅台集团持续完善安全风险识别与分级管控、隐患排查治理双重预防等制度规范，健全“日排查、日报告、周研判”“半月一调度”“一月一验证”工作机制。加强风险隐患源头管控，严格落实新、改、扩建项目移交前安全检查，提高制曲系统、动力锅炉等设备的安全风险评估频次。将隐患纳入整改台账动态管理，围绕“火、电、土、房、水、车、物”等七个领域，常态化开展建筑施工、老旧房屋、地质灾害、电气线路、特种设备、危化品及危险作业、弱电系统、消防等专项检查，组织冬春夏季防火、“党的二十大”等关键时期、重大活动的隐患排查，统筹推进国务院安委会督导帮扶异地执法隐患整改。2022 年，集团安全隐患整改率达 100%。

安全生产应急



集团安全演练参与人次达

20469 人

茅台集团健全安全生产应急救援体系，修订总体应急预案和专项应急预案，细化事故报告、应急响应、应急救援等流程，有效指导全集团应急救援工作。建立应急储备库，加强应急物资储备，筑牢救灾保障能力。组织开展白酒实战化救援、危险货物运输事故、机械伤害、地质灾害事故、曲块阴燃事故等各类演练，全面提升应对事故处置能力。持续打造专业化消防队伍，以“准军事化”管理防火巡查、灭火演练、业务学习等日常内容，锤炼全面过硬的新时代消防铁军。2022 年，集团安全演练参与人次达 20469 人。



茅台集团开展白酒实战化救援综合应急演练

安全教育培训

茅台集团制修订年度安全生产教育培训计划，深入开展一系列形式多样、内涵丰富的安全生产宣传教育活动，持续营造浓厚的安全氛围。以“5·12 防灾减灾日”“安全生产月”“11·9 消防日”为契机，通过专题研讨、集中宣讲、培训辅导、安全生产知识竞赛、“随手拍”、以“身边事”教育“身边人”等形式，推动安全生产理念入脑入心，切实把学习成果转化为推动安全发展的工作实效。2022 年，集团累计开展安全教育培训 82 场，参与人数 14870 余人。



茅台集团举行 2022 年“茅台王子杯”安全生产知识抢答赛

公共安全维护

茅台集团牢固树立“人民至上、生命至上”的理念，自觉把维护公共安全放在维护广大职工群众根本利益中来认识，放在贯彻落实总体国家安全观中来思考，坚决保护好厂区及周边社区的公共利益和安全，形成公共安全“社会共治”的良好局面。2022 年，集团 6 个消防站配合当地政府参与社会救援 39 次，挽回经济损失约 1.32 亿元。

坚持绿色运营

茅台集团坚定不移走生态优先、绿色发展道路，把生态放在突出位置，坚持绿色运营，实施水资源管理、污染治理，发展循环经济，打造绿色供应链，推动生产方式绿色转型，全方位全领域全过程推动茅台厚植生态底色、提升高质量发展成色。

水资源管理

茅台集团不断优化水资源管理模式，实现科学“取水、用水、治水”，呵护赤水河流域良好生态，厚植茅台酒香绿色基底。严格规划生产生活用水，按照取水要求进行取水，将水资源利用情况纳入绩效考核。实施酿酒冷却方式改造，升级酿酒蒸馏水冷技术，大幅度减小冷却水排放量；安装洗瓶水反渗透净化设备，对洗瓶水进行处理后循环利用，有效减少废水排放；持续推进供水管网排查和改造，全面检修原有供水管道，消除管道渗漏损耗；对基酒生产完成冷凝水回收利用，对酿酒产生高浓度污水资源化生产沼气再次利用，促进提升资源化利用水平。

茅台集团 2020—2022 年用水量情况

取水量 (万立方米)



注 1：因统计方式、范围原因，往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司，2021 年数据已实现全覆盖。

注 2：2022 年因公司管理体系优化，且因所属子公司股权划转、扩产或新收购生产基地，数据覆盖实体发生变化，部分数据与往年相比变化较大。

污染治理

水污染治理

茅台集团严格规范污水收集和处理过程，不断优化厂区雨污分流管网系统；实施污水处理市场化运作，定期检查考核污水处理厂运行情况、在线监测污水处理厂系统运行情况，确保污水达标排放。开展生产废水集中改造，大力实施系列水网改造和污水处理厂改造项目，着重针对酿制基酒过程中产生的窖底水、锅底水、冲洗水进行资源化利用。2022 年，循环产投公司累计处理酿酒锅底水、窖底水 8.68 万吨，有效节省水资源。

茅台集团 2020—2022 年废水及主要污染物处理情况

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
污水处理量	万立方米	256.56	331.24	260.25
COD 削减量	吨	5154.7	9039.69	5597.29
COD 排放量	吨	64.93	79.25	67.91
NH ₃ -N 削减量	吨	77.78	170.12	111.19
NH ₃ -N 排放量	吨	1.92	2.20	1.49
废水排放达标率	%	100	100	100

注 1：因统计方式、范围原因，往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司，2021 年数据已实现全覆盖。

注 2：2022 年因公司管理体系优化，且因所属子公司股权划转、扩产或新收购生产基地，数据覆盖实体发生变化，部分数据与往年相比变化较大。

大气污染治理

茅台集团严格执行《大气污染防治法》等相关法规要求，通过废气在线监测系统实时监测废气排放数据，严格落实大气污染防治措施，做好大气污染防治源头控制、过程减排。施工现场严格根据新建项目环境影响评价制度要求落实环保“三同时”制度，严控和减少施工扬尘。制曲粉尘、锅炉废气及食堂烟气按照规范设置排气筒，并按照排污许可证相关要求定期对制曲粉尘、锅炉废气开展自行监测，加强喷淋洗涤、生物除臭、袋式除尘、旋风除尘等基础设施建设，确保废气达标排放。报告期内，公司未发生违规排放事件。

茅台集团 2020—2022 年废气排放情况

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
SO ₂ 排放量	吨	2.26	4.20	4.59
NO _x 排放量	吨	56.02	76.35	81.22
废气排放达标率	%	100	100	100

注 1：因统计方式、范围原因，往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司，2021 年数据已实现全覆盖。

注 2：2022 年因公司管理体系优化，且因所属子公司股权划转、扩产或新收购生产基地，数据覆盖实体发生变化，部分数据与往年相比变化较大。

固体废弃物及危险废弃物治理

茅台集团严格落实各类废弃物分类管理，持续推动固体废物及危险废弃物减量化、资源化、无害化。针对固体废物，按照可回收和不可回收为依据进行统一收集处置，不可回收类设置垃圾收集（箱）池，委托第三方统一清运至城市垃圾处理站进行处置，可回收类收集后资源化利用。针对危险废弃物，在厂区内设置专门危废贮存间，统一收集贮存公司生产生活产生的危险固废，并与第三方危险废弃物处置单位签订委托处置协议，确保危险固废合规处置。2022 年，公司未发生环境污染及破坏事件，无害化处理率达 100%。



无害化处理率达

100%

茅台集团 2020—2022 年危险废弃物处置绩效

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
废旧机油	吨	8.22	6.59	9.95
危险化学品废弃物及实验废液	吨	4.6	22.48	19.06
废铅蓄电池	吨	48.39	15.23	14.89
其他危险废弃物	吨	9.33	52.48	21.49
危险废物处置总量	吨	70.54	96.78	63.80
无害化处理率	%	100	100	100

注 1: 因统计方式、范围原因, 往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司, 2021 年数据已实现全覆盖。

注 2: 2022 年因公司管理体系优化, 且因所属子公司股权划转、扩产或新收购生产基地, 数据覆盖实体发生变化, 部分数据与往年相比变化较大。

循环经济

茅台集团深化循环产业链建设, 推动茅台酒糟资源化环保利用, 科学合理布局“酒、气、肥、饲料”产业项目, 通过酒糟一级利用生产基酒, 二级利用生产有机肥、发酵饲料、生物天然气, 有机肥再反哺种植茅台酒生产原料, 发酵饲料助力贵州牛羊产业等酒糟多级利用、多路径循环处理方式, 有效保障茅台酒产业链前段和后端的生态环境建设和保护, 实现“茅台酒糟吃干榨尽, 从土里来, 到土里去”的酒糟资源化环保利用。



案例

打造生态循环产业示范园, 做精做深“酒糟+”文章

茅台集团大力发展循环经济, 聚焦茅台产业下游的酿酒废弃物资源化利用, 倾力打造茅台生态循环产业示范园区。截至 2022 年, 已全面建成 1.5 万吨基酒、12 万吨有机肥、2 万吨发酵饲料、1000 万方生物天然气 4 大主线生产项目, 建成投用 1 万吨储酒罐区项目、15 万甬 (22 万吨) 容糟场、7200 立方米山顶水池项目、园区污水处理厂、综合管理服务中心项目, 形成年处理酿酒副产物近 28 万吨的园区建设规模, 实现茅台酒糟、窖泥、曲草等酿酒副产物的全部资源化利用和内外循环产业链的全面贯通。报告期内实现资源化处理酒糟 24.87 万吨、窖泥 2.6 万吨、曲草 0.93 万吨, 年处理酿酒锅底水、窖底水 8.68 万吨, 年产基酒 1.81 万吨、蒸气 5.85 万立方米、有机肥 9.16 万吨、饲料 2.85 万吨。



◎ 酒糟再生产基酒



◎ 酿酒副产物生产生物有机肥



◎ 酿酒副产物生产发酵饲料



◎ 酒糟生产生物天然气

茅台集团 2020—2022 年固体废弃物资源化利用情况



注: 因统计方式、范围原因, 往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司, 2021 年数据已实现全覆盖。

绿色供应链

茅台集团自觉将绿色理念贯穿生产销售全过程，在种植、采购、包装、仓储、运输、配送等环节加入环保因素考量，结合业务场景推广应用绿色技术装备，推动资源能源节约，着力打造绿色可持续的供应链，最大限度降低对环境的不良影响。



绿色种植

- 建设茅台酒用原料基地，实现原辅料绿色种植。



绿色采购

- 将绿色、环保要求纳入采购与供应商管理制度，制定相关准入、退出标准，优先与环境友好型企业建立合作关系，优先采购绿色环保产品和服务。



绿色包装

- 推行包装简约化，尽可能采用可降解、可回收利用、可重复使用的包装材料，例如研发 100% 天然麻质原料的物资装配专用袋，采用有机大豆油墨、水性胶、水性膜包装印刷等。
- 推动绿色回收，建立茅台酒瓶回收机制，结合全国仓配布局实现酒瓶资源回收全国覆盖，推动茅台玻璃酒瓶循环再利用。



绿色物流

- 探索采用 1+1+N+E 模式（1 个总数字平台管理、1 个总仓、N 个区域仓、E 为茅台驿站 + 网络），降低环境污染、货物损失与运输成本。
- 启动绿色物流转型发展规划方案编制，推进公司物流体系实现绿色化、环保化。

应对气候变化

茅台集团积极践行国家“双碳”战略，不断优化能源资源管理，挖潜技术、设备创新和应用，扎实推进节能减排，持续推动生产过程低碳化，降低温室气体排放，持续助力碳中和目标达成。

节能降耗

◎ 节约用能

茅台集团着力构建完善的设备能源管理体系，打造运转高效、安全环保、保障有力的供应保障系统。实现酿造过程能源计量及智能化监测，进一步强化公司能耗系统数字化管理。淘汰高耗能设施设备，引入低耗能环保设备，实施设备节能改造等项目，提升能源利用效率，降低综合能源消耗。建立能源使用考核制度，将能源使用考核纳入重要能源使用单位绩效考核，提高员工能源节约意识。2022 年，茅台机场实现用电量同比减少 589052 度、用水量同比减少 61600 吨。

茅台集团 2020—2022 年节能降耗绩效

指标	单位	2020 年	2021 年	2022 年
用电量	万千瓦时	5482	12734.17	14025.01
柴油用量	吨	454	4559.16	792.49
汽油用量	吨	217	409.56	248.74
天然气用量	万立方米	4935	13347.89	10813.40
综合能耗	吨标煤	86358.8	198418.91	131677.65

注 1：因统计方式、范围原因，往年部分数据未完全覆盖茅台集团所属子、分公司，2021 年数据已实现全覆盖。

注 2：2022 年因公司管理体系优化，且因所属子公司股权划转、扩产或新收购生产基地，数据覆盖实体发生变化，部分数据与往年相比变化较大。

◎ 绿色办公

节约用电

提倡人走电关，在电源开关处张贴节约用电标识，杜绝设备空载运行情况发生，并将节约用电纳入部门绩效考核，提升员工节约用电意识，减少用电浪费。

节约用纸

采用电子文件管理系统，推广电子文件存储，传阅和审核；提倡电子会议，减少会议纸张使用；倡导双面打印、黑白打印等。

节约用水

发放宣传手册并组织员工签订倡议书，张贴节约用水标识，将水资源节约纳入绩效考核。

温室气体减排

茅台集团深刻认识气候变化对公司业务带来长期和重大的影响和风险，安全稳妥、有力有序推进碳减排工作。2022 年，茅台集团完成股份公司 2019-2021 年度碳盘查，摸清碳排放家底并制定“双碳”战略目标实施路径；延续“绿色低碳、零整结合、两点一线”的上下班通勤模式，鼓励员工搭乘公交车，推动厂区公务通勤车逐步更换为天然气汽车，有效减少温室气体排放。

2022
茅台集团



股份公司优化能源使用结构，全年采购绿电 **4400** 万千瓦时，相当于减排二氧化碳 **32930.60** 吨、二氧化硫 **20.68** 吨、氮氧化物 **18.92** 吨。

物流公司与合作伙伴达成以环保为主题的项目合作意向，并签订《“绿色、双碳”战略合作框架协议》，共助节能减排降碳。

保健酒业公司将原燃油锅炉改为燃气锅炉，改变能源使用方式，减少氮氧化物等排放。

强化环境管理

茅台集团持续健全环境治理体系，着力提升环保治理能力，倡导绿色环保生产生活方式，努力打造“习近平生态文明思想实践示范基地”和打造“白酒行业生态环保标杆企业”。2022年，集团累计投入环保资金 3.94 亿元，全年未发生环境事故。

环境管理

茅台集团践行“山水林土河微”生命共同体理念，大力开展“两山”基地创建和“一基地一标杆”建设，深入实施“五大专项行动”和“五大专项工程”，推进生态环境治理能力的整体提升。2022年，公司成功获评省级“两山”基地。

名词解释



“两山”基地建设：

贵州省生态环境厅发起的 2022 年贵州省生态文明建设示范区、“绿水青山就是金山银山”实践创新基地建设。

一基地一标杆：

建设“习近平生态文明思想实践示范基地”和打造“白酒行业生态环保标杆企业”。

五大专项工程：

增水工程、提气工程、固土工程、护微工程、生态系统平衡工程。

“五大专项行动”：

节能降碳增效行动、绿色产品设计行动、产业链绿色转型行动、绿色科技创新行动、绿色低碳生活行动。

环境体系建设

- 明确集团公司及各子公司生态环保专职部门，构建《生态环境管理规定》等环境管理制度体系，制定环保责任制清单。
- 推动子公司 ISO 环境管理体系建设认证，提升环境管理能力。

环境风险管理

- 坚持“月度督查、半年考核、年终总结”工作思路，开展全方位检查考核。
- 强化环境因素的识别，持续推进环境因素监测，评估环境风险并进行隐患排查治理。

环保应急管理

- 制定公司环境污染事故应急预案并组织演练，提升环保事件应急处置能力。



◎ 茅台集团召开 2022 年生态环保工作会

建设项目环保管理

茅台集团对新建、改建、扩建项目严格开展环境影响评价工作，落实“三同时”制度，要求生产经营单位新建、改建、扩建工程项目的污染防治设施，必须符合经批准的环境影响评价文件要求，与主体工程同时设计、同时施工、同时投入生产和使用。

环保宣传

茅台集团深入开展生态环保宣传教育，系统组织环保政策宣贯、环保理论知识宣讲、生态文明能力建设培训，让生态环保、绿色发展的理念更加深入人心；积极组织“茅台共青林”植树、“青清赤水”茅台青年志愿者巡河行动等环保志愿活动，引领广大员工投入生态环保实践。报告期内，先后开展“共建清洁美丽世界——美茅台·美行动”生态环保系列活动、“六·五”世界环境日五净行动、“百千万·生态行”新春生态环保活动等环保行动，积极为呵护生态环境贡献力量。

案例

开展“百千万·生态行”新春活动，增添茅台绿色底色

2023年1月，茅台集团开展“百域研训、千人植树、万人排查”生态环保活动，积极引导干部职工主动关注、支持和参与生态环保工作，进一步筑牢“山水林土河微”生命共同体整体保护行动共识，为茅台高质量发展、现代化建设注入源源不断的绿色动能。

百域研训

开展环保展，邀请生态环保领域专家授课，系统组织生态文明能力建设专题培训，引导广大干部职工深化对生态环保政策要求、发展趋势、实施路径等方面认识。

万人排查

对辖区内的管、沟、井、池、壁以及相关设备、设施等进行全面排查，认真识别所有可能造成环境污染的因素，及时排查发现并推动解决问题，力促生态环保工作提质增效。

千人植绿

组织员工开展植树造林，种下大叶女贞、桂花、红枫、三角梅等树苗 6000 余株，用实际行动共筑茅台绿色发展生态屏障。



◎ “千人植树”活动现场

守护生态平衡

茅台集团加快推进“生产集约高效、生活绿色低碳、生态山青水秀”的“三生空间”规划、生态湿地、生态防护林建设等项目，全力呵护好赤水河流域“大生态”和厂区“小环境”，推进生物菌群保护，努力实现生态环境保护与经济发展协调共进，推动形成人与自然和谐共生的现代化绿色发展新格局。

名词解释



“三生空间”：集约高效的生产空间、山清水秀的生态空间、绿色低碳的生活空间。

保护赤水河生态

茅台集团持续加大赤水河保护力度，以全域视角、严苛标准和硬核行动积极推动赤水河流域生态治理，切实保护好茅台赖以生存发展的生态环境。2022年，茅台集团投入5000万元，用于赤水河流域生态环境治理工作。



“美丽茅台·净河行动”活动现场

2022 茅台集团

加强赤水河流域环境保护相关研究，起草《云贵川三省多地加速赤水河上游白酒产业布局势必对赤水河流域生态环境和茅台酒生产造成六大影响》，反馈茅台生态承载力问题并获省委关注。

推动赤水河茅台段生态系统野外科学观测研究站创建，加强酿造产区水土气微等生态要素监测评价，为《贵州省赤水河流域酱香型白酒生产环境保护条例》立法提供重要数据支撑。

与中科院水生所合作开展《赤水河水生态健康评估技术体系研究》项目，完成赤水河流域生物采集，助力赤水河生态研究。

建设绿色厂区

茅台集团着力改善厂区生态环境，将绿色厂区理念融入新建项目，重视厂区规划设计的美观性与实用性；聘请专业第三方单位对厂区绿化进行养护管理，提升厂区绿化质量；组织开展植树造林活动，积极推进厂区主交通廊道、山体绿化改造等重点绿化美化项目建设，提高植被覆盖，不断美化厂区环境，推进美丽茅台建设。2022年，公司新增绿化面积4.5万平方米。

保护生物菌群

酿造微生物是茅台的关键密码，特有的微生物环境造就茅台集团酒产品独特的风味。茅台集团积极推动酿造微生物科学研究与应用，加强微生物资源收集和保护，与科研院所合作，开展酿造微生物、水环境微生物及蛋白质组学等多领域研究，共同推动酿造微生物研究领域发展。

- 开发酿造环境微生物的检测方法和设备，建立酿造微生物多样性和稳定性检测分析体系。
- 系统布局微生物基础研究体系，深入开展微生物多样性、稳定性及代谢特性研究。
- 建立行业第一个白酒微生物菌种资源库，在茅台镇地区发现1946种微生物。
- 在对窖底环境的研究中识别25种600余株梭菌菌株，并开展43种梭菌新种的鉴定和保藏工作。
- 掌握大气、水等质量变化对酿造微生物的影响，保障酿酒生产活动与生态环境保护协调统一。

向赤水河放养生态鱼种12万尾，通过人工增殖放流维护河湖生态系统平衡及多样性，助力全流域生态保护。

成立“环境保护突击队”，持续开展好生态巡河等环保行动，对河道及两岸进行全面排查，对河水水质进行取样检测，清理河道沿岸污染物。

加强入河雨洪排口管控和溯源，强化水质实时监测，坚决杜绝不达标水质进入赤水河，更加有效保护赤水河区域环境。

携手同行 构建共美生态

积力之所举，则无不胜也；众智之所为，则无不成也。茅台集团坚持集众力、聚众智，与内外部利益相关方携手并进、共赢未来。坚决维护股东合法权益，实现“员工有所呼，我必有所应”，加强对供应商、经销商的管理和赋能，共同打造“事业共同体”“价值共同体”“命运共同体”，同心共创茅台新时代。

维护股东权益	54	拓展责任供应链	62
关爱员工成长	55	带动行业发展	65

贵州茅台累计派发现金红利	1761.06 亿元	员工人数	38428 人
员工培训覆盖率	100 %	“爱心基金”资助金额	172.5 万元
		合作供应商	399 家



维护股东权益

茅台集团坚持对投资者和债权人负责，稳步推进参股公司股权管理决策体系，服务参股公司重大事项决策，持续规范信息披露，大力拓宽沟通交流渠道，致力于为投资者和债权人创造丰厚回报和长期价值，共享集团高质量发展成果。

规范信息披露



茅台集团披露定期报告

2次

临时报告

1次

茅台集团（债券代码：175361）坚持公开、透明、合法、合规的经营理念，制修订《中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司信息披露事务管理制度》等相关制度，持续加强公司信息披露事务管理。以法定信息披露为基础，及时更新官方网站公告公示专栏，高质量履行真实、准确、完整的信息披露义务。2022年，茅台集团共披露定期报告2次、临时报告1次；将上缴国有资本收益金与2021年年报合并披露，有效防范专项披露舆情风险，并妥善完成习酒划转的公告事宜。

所属企业贵州茅台（证券代码：600519）认真贯彻落实《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《股票上市规则》等法律法规和集团信息披露要求，按照真实、准确、及时、可靠的原则向股东、投资者及其他利益相关方披露公司经营信息或公司治理信息，不存在选择性信息披露或者信息披露违规的情形。2022年，贵州茅台共披露定期报告4份、临时报告35份。

拓宽沟通渠道

茅台集团通过网络互动问答、公开发布债券信息、披露事务负责人联络方式、投资者专线电话等多种形式积极与投资者和债权人开展互动交流，使投资者和债权人进一步理解、认同集团的战略规划和业务发展情况，坚定对集团未来发展的信心。

所属企业贵州茅台积极主动地加强与境内外机构投资者的沟通，通过召开股东大会、设立投资者咨询电话、举办线上线下电话会议、实地调研接待等方式，构建多元沟通平台，主动搜集投资者建议意见，及时将建议意见反馈给内部相关部门研讨、实施。2022年，贵州茅台组织召开股东大会1次、临时股东大会1次，开展电话（视频）会议11次，举办网上业绩说明会3次，接待实地调研及座谈交流21次。

提升投资回报



贵州茅台累计现金分红达

1761.06亿元

茅台集团持续完善投资分配政策，保持经营业绩与年度派息额稳定提升。充分披露付息公告，向投资者说明付息的方式及时间，保障准时足额付息，树立良好资本市场形象。

所属企业贵州茅台坚持每年以较高比例的现金分红回馈股东，切实兼顾了公司发展与股东回报，真正保护中小股东利益。截至2022年末，贵州茅台累计现金分红达1761.06亿元，约为上市募资净额的88.14倍，近七年的现金分红比例均超过50%。

贵州茅台酒股份有限公司现金分红明细表

现金红利发放日	分红派息方案	派发现金红利总额（亿元）	总股本（万股）
2020-6-24	每10股派170.25元（含税）	213.87	125619.78
2021-6-25	每10股派192.93元（含税）	242.36	125619.78
2022-6-30	每10股派216.75元（含税）	272.28	125619.78
2022-12-27	每10股派219.10元（含税）	275.23	125619.78

关爱员工成长

茅台集团坚持以人为本，秉持“员工是最宝贵的财富，人才是第一资源”理念，注重维护员工基本权益，为员工搭建公平的成长平台和晋升通道，保障员工职业健康，用心用情解决员工最急迫、最期盼的事，努力实现员工与企业共成长、共发展，画出最大的同心圆。

完善人才结构

茅台集团结合发展实际，制定积极的人才引进政策，强化人才招聘和灵活引进，持续改善和优化人才结构，为集团高质量发展蓄势赋能。截至2022年末，集团共有员工38428人，其中女性员工13908人，占比36.2%。专业结构中，拥有高级技师212人，技师477人，高级工953人，中级工2882人，初级工6489人。

保障员工权益



集团劳动合同签订率达

100%

◎ 尊重人权

茅台集团严格遵守国际公认的各项人权，自觉抵制任何漠视与践踏人权的行为，杜绝一切因国籍、民族、性别、年龄、宗教信仰和文化背景等产生的歧视，落实同工同酬，杜绝雇用童工或强迫劳动；严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等法律法规，依法与员工订立、履行、变更、解除或终止劳动合同，积极构建和谐、稳定的劳动关系。2022年，集团劳动合同签订率达100%；新签劳动合同2977人次，续签劳动合同3365人次。

◎ 薪酬福利

茅台集团加大薪酬改革力度，健全完善年度综合考核体系，合理确定各类人员薪酬水平，持续完善以价值贡献为导向的薪酬福利体系，推进分配机制向一线员工、重点人才、关键岗位倾斜。完善公司多层次的养老和医疗保障体系，及时发放或支付各项补贴和福利，完善修订补充医疗保险和企业年金办法，严格落实休息休假、带薪休假、育儿假等制度，确保员工在薪酬、福利、补偿、休假等方面享受公平待遇。

民主管理

茅台集团充分发挥民主管理的积极作用，加强基层工会建设，深化以职工代表大会和厂务公开为基本形式的民主管理制度，员工参加工会比例 100%。2023 年，集团召开第七届第一次职工代表大会，公示公司相关制度、重大决策，听取审议《茅台集团六届二次职代会代表提案落实情况报告》《茅台集团 2022 年厂务公开工作报告》等文件，全面保障职工知情权、参与权、表决权和监督权；开展职代会提案和集体协商工作，围绕促进集团改革发展、生产经营、职工劳动条件改善等议题，引导职工代表建言献策；持续运营好 i 茅台“同事吧”，党委书记、董事长直通车等平台，畅通员工诉求反映渠道，采纳员工合理建议，深入听民意、解民忧、汇民智、聚民力。



© 2023 年 2 月，茅台集团召开第七届第一次职工代表大会

职业健康

茅台集团严格落实《职业病防治法》《安全生产法》等法律法规，积极构建大健康管理体制，持续推进职业健康工作，保障员工身心健康。落实职业病防治主体责任，对工作现场危害职业健康因素进行辨识并加以控制，不断改善工作环境。常态化组织食品从业人员体检和员工职业健康体检，持续扩大体检项目覆盖面。提高劳动保护支出，规范劳动保护措施，其中，贵州茅台全年劳保用品覆盖 29000 人，劳保费用达 1 亿余元。积极举办职业健康、心理健康培训，强化员工人文关怀和心理疏导。



推动职业发展

畅通晋升通道

茅台集团持续构建技术与技能、行政与职称双向支撑、综合平衡的晋升通道，制定《专业技术人员职称评聘管理办法》《茅台酒酿造系列技术职务聘任管理办法》《茅台酒酿造系列技术职务任职资格评定管理办法》等制度，分别开设酿造人才、技术人才、管理人才三条晋升通道。为酿造人才设置包含制酒、制曲、勾兑、品评、科研五个序列和首席、特级、一级、二级、三级五个职级的生产职务通道，为技术人才设置首席研究员、特级研究员、主任工程师、副主任工程师、技术主管五个职级的技术职务通道，为管理人才设置中层正职、中层副职、科室正职、科室副职四个职级的管理职务通道，有效激发全员的工作激情和创新活力，促进企业价值和人才价值共同提升。

落实培养赋能

茅台集团结合公司战略和人力资源规划，制定《“十四五”人才发展规划》《员工教育培训管理制度》等文件，依托党委党校（茅台职工培训学校）、工会、茅台学院等人才培养平台，充分整合内外部优秀资源，持续完善人才发展机制及多元化人才培养体系，为全体员工赋能。2022 年，集团员工培训覆盖率达 100%，员工人均培训时长 42 学时。

在培养体系方面，集团围绕人才“引、育、用、留”，建立优化“四项工程”人才发展项目、“工匠八步”人才培养体系和“四项计划”人才培养计划，助力各级管理人员、专业人员和技能人才实现职业发展，强化高素质人才队伍建设。



“四项工程”人才发展项目	“工匠八步”人才培养体系
“筑巢引凤”工程 引进杰出人才	入职培训 -- “入炉”
“墩苗育树”工程 精心培养人才	岗位练兵 -- “熔炼”
“裂变创效”工程 精准使用人才	技能认定 -- “冶炼”
“倾心服务”工程 留下适合人才	师带徒 -- “锤炼”
	骨干培养 -- “精炼”
	优秀班（组）长 -- “淬炼”
	茅台工匠 -- “升华”
	技术职务 -- “百炼成钢”

“四项计划” 人才培养计划

领军人才“首席计划”

在科技、勾兑、品评、酿造等重点领域培养一批专业人才首席专家

酿造人才“传承计划”

培育高技能酿造人才，传承白酒文化

青年人才“杰青计划”

培养金融、财会、法律、自然科学或工程技术等领域有较大发展潜力的青年人才

经管人才“培优计划”

造就一批具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新能力和责任感的企业经营管理人才



在多元培训方面，集团根据各类员工的培训需求，详细制定年度培训计划，开展分类分级培训。通过专题讲座、研讨交流、师带徒、岗位练兵、技能竞赛等方式，围绕生产工人实操能力提升和管理人员办公及技术加强两大目标，聚焦制酒、制曲、勾兑、品评、财务、安全、环保等重点领域，深化与北京大学、清华大学、上海交通大学等高等院校、科研机构的多方合作关系，建立茅台线上学习平台，不断激励员工强技能、提素质。

案例 贵州茅台开展白酒品酒师专项培训

贵州茅台持续强化白酒品评师后备人才体系化培养，引入“匠苗”源头活水，构建动态的白酒品评人才梯队。公司于 2022 年 4 月至 8 月、9 月至 10 月开展了两个阶段的白酒品评师专项培训，并于 12 月开展了第三阶段第一期培训选拔。2022 年完成 3 个阶段共计 8 期的培训及选拔工作，共覆盖 3200 人次，深化品评人才培养体系构建，增强公司品评人才储备。



◎ 营造成才环境

茅台集团以物质激励和表彰激励相结合，加大人才激励力度，积极组织劳动竞赛，开展劳模先进评选。对内制定《参与技能竞赛获奖人员表彰奖励工作方案》，评选表彰 6 名“茅台杰出人才奖”和提名奖、15 项创新成果及小改小革奖，评选表彰 52 名第二届“茅台工匠”，对参加国家级、省级技能竞赛获奖的 23 名同志进行奖励，逐步营造重视人才、尊重人才的浓厚氛围。对外组织开展省管专家 I 类 II 类、“贵州人才蓄水池”、第 23 批博士团、全国技术能手、技能大师工作室、中国轻工业联合会科学技术奖励评审专家、碳达峰碳中和专家等评选申报工作，持续提高人才荣誉感。



◎ 茅台集团开展 2022 年度“岗位大练兵·技能大比武”劳动竞赛，推动员工在比武竞赛中学技术、强技能、提素质

落实员工关爱

茅台集团始终心系员工、关爱员工，持续深化“我为员工办实事”实践活动，加大帮扶慰问力度，保护女性员工和离退休员工权益，积极创造美好、温暖的工作和生活环境，持续提升员工满意度和幸福感。



◎ 落实帮扶慰问

茅台集团重视员工关怀，常态化走访慰问困难员工、离退休干部、劳动模范、优秀技术人才、白酒评委等群体。持续改善一线员工的生产生活条件，开展“冬送温暖”“夏送清凉”等慰问活动。修订完善《退休会员服务指南》，关心离退休员工的生活情况和身体状况，认真听取意见和建议。制定《员工不胜任岗位退出及转岗管理办法》，帮助有特殊需要的员工按规定转岗或调整到生产辅助岗位。持续完善《爱心工程管理办法》，向困难员工提供“爱心资金”申请渠道，扩大爱心资金资助范围和起付标准，开展困难员工家庭成员就业帮扶工作，有效缓解家庭压力。2022年，发放困难员工帮扶金额30.6万元，“爱心基金”资助金额172.5万元。



◎ 茅台集团党委书记、董事长丁雄军为集团民兵应急连送上慰问品



◎ 茅台集团开展2022年“幸福茅台行 清凉度盛夏”慰问活动



“爱心基金”资助金额

172.5 万元

◎ 女性员工关爱

茅台集团落实《女职工特殊权益保护专项集体合同》，依法保障女性员工薪酬、休假等权益。积极改善劳动安全卫生条件，对女性员工进行劳动安全卫生知识培训，提供特殊劳保用品、购买安康保险、组织“两癌”筛查。搭建“知心姐姐”电子邮箱、“孕产期心理疏导及育婴信息共享”交流群等专属沟通渠道，认真听取意见和建议。坚持提供个性化福利，设立女工委常委会，建设“女员工之家”，新增孕妇停车位、孕妇通道，隆重举行第112个“三八”国际妇女节活动。2022年，茅台集团为8500余名女职工进行“两癌”筛查，利用“女职工之家”开展各类活动和服务500余场次。

◎ 工作生活平衡

茅台集团持续开展羽毛球赛、运动会、间操展演等丰富多彩、有益身心的文体活动和集团活动，保障员工工作与生活的平衡，营造和谐氛围，增强企业向心力和凝聚力。



◎ 茅台集团组织文艺汇演



◎ 茅台集团大力推广间操健身活动



◎ 茅台集团开展第十届职工运动会

拓展责任供应链

茅台集团秉持“‘供’以质胜、‘应’为伙伴、‘链’接现代”的管理理念，大力构建“开放、协作、共赢”的供应链产业生态，在严格要求自身的同时，积极践行责任采购，落实供应商、经销商管理与赋能，将商业道德、安全环保、员工健康等理念推广至供应链上下游企业，携手打造“事业共同体”和“价值共同体”。

责任采购管理

茅台集团始终坚持“公平、公正、公开”的采购原则，倾力打造阳光采购新高地。严格执行《采购价格管理规定》《采购管理办法》等制度，压紧压实采购主体责任，持续推动采购流程标准化、规范化建设，畅通信访举报渠道，创建信息公开平台。首次发布《采购需求清单》，让全国的供应商提前了解集团需求，做好供应准备。

案例

做好原辅料采购，为“每一滴酒”保驾护航

茅台集团始终重视原辅料采购工作，推动建立完善的原辅料供应商库，稳定供应服务质量。持续推进原辅料标准化建设，规范采购、种植、收储、调运等全过程管理要求和执行标准，优化供应商过程考核细则，有效提升采购全过程标准化、规范化水平。强化公开机制，协同基地政府对收储过程实施监管，严格查处违规收储外地高粱、基地高粱违规外售、订单造假、调运过程混交造假等行为，切实保障高粱产质需求。完善战略供应商选择和培育机制，鼓励供应商开展改革创新项目，致力构建互鉴共享、风险共担、合作共赢的战略伙伴关系。持续推进高质量发展、现代化管理和反腐败各项工作，不断完善厂地商三方协同机制，共同营造风清气正的供应链生态环境。



供应商管理与赋能

茅台集团持续完善供应商管理体系，将绿色、廉洁等要求纳入供应商管理制度，制定并执行《供应商关系管理规定》《包贮材料供应商管理细则》《供应商管理办法》等文件，推动建立“链长制”管理制度，打造“七大供应链”，实现由“采购管理”向“供应链管理”，由“交易型采购”向“战略生态构建”转变的供应链现代化管理提升，与供应商建立长期稳定、相互信任、互利共赢的互作关系，带动供应链伙伴共同履责。

名词解释



七大供应链：

建设一条策划科学、创新卓越、产业协同的酒旅康养供应链，建设品种优质、种植先进、储运现代的原辅料供应链，建设规划一流、设计科学、品质卓越的工程供应链，建设设计专业、质量过硬、绿色环保的包贮材料供应链，建设渠道稳定、研发高效、运维有力的设备供应链，建设技术领先、创新领跑、全域协同的数字化供应链，建设服务专业、思维领先、成效卓著的服务供应链。

供应商准入

- 分类制定供应商准入标准 19 项，从技术、质量、服务与资质等方面对供应商综合评估，由法律合规部统一审核采购文件，并根据项目需要组织考察小组进行现场审核。
- 明确要求供应商提供质量、环保、职业健康、食品安全等相关资格认证文件，确保其具备良好资质与实力。
- 建立采购电子平台，对采购流程进行规范化、程序化、信息化管理。

供应商管理

- 明确各部门管理责任，规范供应商管理流程。
- 实施供应商分类分级管理，将供应商分为战略品类、保障品类和竞争品类，提高既有供应商管理质效。

供应商审核

- 完善供应商“负面清单”“黑白名单”和触犯红线、底线“一票否决”制等制度，结合“动态跟踪”和“定期评价”等方式，强化供应商过程考核评价和监督管理。
- 定期开展供应商年度评审，考核标准覆盖产品质量、供应时效、服务质量、整改情况等多个维度，并将安全管理、能源消耗、排放管理等社会环境要素纳入考核体系。
- 对于评价不合格的供应商，要求其限期整改，并提交书面整改承诺，如整改后仍不合格，即考虑与其终止合作。
- 2022 年，合作供应商达 399 家，全部完成审查。其中，97.58% 的供应商通过质量管理体系认证。

供应商赋能

- 依托集团充足现金流，发展上下游产业链金融，为供应商提供便捷、高效资金服务，助力供应商发展。2022 年，集团向 16 家供应商提供融资金额 9.38 亿元，共涉及项目 34 个。
- 促进供应商沟通交流，定期召开采购与供应链大会、链长会议、供应商座谈会、考察调研座谈。
- 派驻质量检验员驻厂对部分包材供应商进行质量帮扶，引领供应商在管理、技术、人才方面与集团实现共同进步。
- 常态化开展供应商培训，全年累计培训供应商 26 次、约 962 人次。

案例 茅台集团召开 2023 年度采购与供应链大会

2022 年 10 月，茅台集团以“凝链促发展 数智现代化 共绘美时代”为主题召开 2023 年度采购与供应链大会，共有 200 多家供应合作伙伴通过线上或线下方式参会。大会就“采供体系改革和供应链现代化建设”与供应商进行深入沟通，并与 9 家战略合作伙伴代表签订战略合作协议、对 25 家 2022 年度优秀供应合作伙伴进行表彰，着力构筑可持续发展的供应伙伴关系。

经销商管理与赋能

茅台集团致力于与经销商携手并进，形成强有力的战略合作联盟，共同推动市场营销工作提质增效。制定《茅台经销商月度考核管理办法》《茅台酱香酒营销有限公司经销商管理办法》，在《经销合同》中加入经销商廉洁承诺条款，明确经销商反腐倡廉义务，规范经销商市场行为。重视经销商能力提升，组织实施线上线下业务培训，聚焦集团营销战略发展、企业文化、酒业发展新动态、生产管理工艺等方面，增强经销商销售管理理论和实践水平。加强与经销商的沟通交流，建立首问责任机制，结合实地走访、经销商大会等，了解经销商需求，定期组织市场工作会议并对表现优异的经销商进行表彰。以“i 茅台”数字营销平台为核心纽带，携手经销商共同打造茅台酒“平台统一销售、线上统一结算、线下精准配送”的营销通路，整合多方资源构建 S2B2C 线上线下融合酒类销售模式，共助营销数字化转型。



© 2022 年 12 月，茅台集团召开市场工作会

带动行业发展

茅台集团牢固树立“开放包容、竞合发展”理念，以行业龙头优势充分整合多方优势资源，积极参与行业标准制定，加强行业沟通交流，推动行业持续进步、稳健发展。

行业标准制定

茅台集团充分发挥长期积累的行业知识与技术经验，积极参与国家标准、行业标准、地方标准及团体标准制修订工作。2022 年，贵州茅台充分发挥酱香型白酒分技术委员会秘书处作用，从环保、安全、绿色化、数字化等方面积极推进标准研制工作，促进实现酱香型白酒标准体系的先进性、科学性与适用性；加快推进《酱香型白酒》国家标准修订工作，参与完成《白酒质量要求第 4 部分：酱香型白酒》国家标准草案，开展国家、行业、团体标准制修订 42 项，公司级技术标准制修订 102 项。

行业沟通交流

茅台集团积极践行“合作共享，发展共赢”理念，与政府、企业、科研院所、行业协会等开展合作交流，全面深化合作关系，搭建交流互鉴平台。2022 年，集团举行“遵义市与茅台集团深化合作交流座谈会”，参展“第十七届中国国际酒业博览会”“第十一届中国（贵州）国际酒类博览会”，参加“中国酒业协会第六届理事会第四次（扩大）会”“遵义产区名优白酒神州行（成都站）宣传推介会”，大力推进酱香白酒产业发展，共同促进中国白酒行业“各美其美、美美与共”的竞合生态发展。

案例 全国白酒标准化技术委员会第二届酱香型白酒分技术委员会成立

2022 年 12 月，全国白酒标准化技术委员会第二届酱香型白酒分技术委员会成立大会暨第一次全体委员大会在茅台召开，标志着全国白酒标准化技术委员会第二届酱香型白酒分技术委员会正式成立，茅台集团积极参与并支持换届工作，承担第二届酱香型白酒分技术委员会秘书处职能，共同推动酱香型白酒高质量发展。



5 担当奉献 展现大美形象

知责任重大而勇担，行有所作为而奉献。茅台集团将人民对美好生活的向往作为奋斗目标，坚定践行“大品牌大担当”社会责任观，充分履行企业社会责任，以高度的责任感全面推进乡村振兴，持续赋能地方发展，积极投身社会公益，开展公益助学，组织志愿服务，弘扬“理性饮酒”理念，持续传递温暖与关爱，以实际行动建设更加和谐美好的社会。

助推乡村振兴	68	情系公益慈善	72
赋能地方发展	71	倡导理性饮酒	75

乡村振兴累计投入资金
9316.7 万元

帮助销售农产品
50.19 万元

乡村振兴累计帮扶人口
39648 人

公益捐赠金额
29912.4 万元



助推乡村振兴

茅台集团深入学习贯彻党的二十大精神以及习近平总书记关于“三农”工作的系列重要讲话精神，认真贯彻落实党中央国务院、省委省政府关于全面推进乡村振兴工作的决策部署，深入贯彻国发〔2022〕2号文件精神，围绕“四新”主攻“四化”，严格按照“四个不摘”工作要求，重点聚焦“责任落实、产业发展、智志双扶、消费帮扶”等四个方面，以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态，全力以赴助推道真县以及全省的乡村振兴工作开新局。

茅台集团 2022 年乡村振兴工作绩效



紧抓帮扶重点

◎ 责任落实

茅台集团紧紧抓住“责任落实”这个牛鼻子，全力确保党委对乡村振兴的全面领导，做实各项保障工作，确保帮扶工作推进有序、落实到位。

组织领导有保障

及时调整集团乡村振兴工作领导小组及其下设办公室，着力构建“党建引领、上下联动、全员参与”的帮扶格局。

全力做好帮扶队员保障，为驻村第一书记、驻村干部配套工作经费，给予丰厚补助，为每名队员购买 100 万元保额的人身意外伤害保险，组织开展全员健康体检工作。

年度计划有安排

制定《茅台集团 2022 年助力乡村振兴帮扶工作计划》《茅台集团党委关于助推湄潭县建设乡村振兴引领示范县的帮扶措施》《茅台集团关于结对帮扶播州区三合镇刀靶社区红色美丽村庄试点建设工作方案》等系列文件。

帮扶联动有机制

严格落实“四个不摘”工作要求，调整完善“1+10+1”结对帮扶机制，即“1 名党委领导率领 10 个基层党组织结对帮扶 1 个村”。2022 年，集团党委领导共计前往道真、赤水等帮扶点开展调研 17 人次。

◎ 产业发展

茅台集团紧紧抓住“产业发展”这个金钥匙，围绕集团主营业务，立足帮扶地特色资源，发展优势产业，做精做细“四条”产业链，全力推动“输血式”帮扶向“造血式”帮扶转变。

深化高粱、小麦产业链

- 组建贵州茅台酒厂（集团）红缨子农业科技发展有限公司，深入开展高粱育种技术攻关。
- 扎实推进茅台酒用高粱、小麦高标准示范基地建设，提高茅台酒用高粱收购价格，调动种植农户积极性。
- 全年收购高粱、小麦价值 22.75 亿元，惠及农户 11 余万户。

全年收购高粱、小麦价值 **22.75** 亿元

深化循环产业链

- 推动茅台酒糟资源化环保利用，以“酒糟变饲料”为切入点，在遵义市播州区、习水县等地投建饲料生产项目。
- 持续助力贵州黄牛产业发展，全年供应曲草 8678.68 吨，实现生产资料循环利用，带动贵州牛羊产业提质增效、当地群众稳定增收。



全年供应曲草

8678.68 吨

深化蓝莓产业链建设

- 助推丹寨县建设高标准蓝莓基地 2100 余亩，深耕蓝莓种植、精深加工及产品销售。
- 精心打造“悠蜜”品牌，推进蓝莓全产业链发展，带动当地农户 8000 余户参与到蓝莓产业发展中。



建设高标准蓝莓基地

2100 余亩



◎ 茅台集团红缨子农业科技发展有限公司揭牌



◎ 茅台集团党委书记、董事长丁雄军调研蓝莓基地建设情况

◎ 智志双扶

茅台集团紧紧抓住“智志双扶”这个动力源，持续实施人才帮扶，持续派驻 14 名优秀干部长年驻扎道真、赤水等地开展挂职帮扶；依托茅台学院、茅台医院等资源优势，积极开展特色农业技术培训、医疗义诊培训等。2022 年，组织开展高粱等技术培训 9 期，培养 97 人。持续实施就业帮扶，重点面向高校应届毕业生、乡村振兴重点区域大学生进行招聘。

◎ 消费帮扶

茅台集团立足“消费驱动”，由内而外扩大帮扶范围，助力“黔货出山”、打响品牌，打造由“产”到“销”闭环，全力解决种植农户后顾之忧。

挖掘公司内部需求

- 全年共计采购保供基地畜禽蛋 805 吨，价值 3334 万元，辐射带动 1300 余人就业。
- 采购保供基地蔬菜水果 2338 吨，价值 1687 万元，辐射带动 1100 余人就业。
- 采购关岭县黄牛集团牛肉 42 吨，价值 162 万元。
- 采购湄潭大米使用资金 500 万元。

助力“黔货出山”

- 积极搭建供需桥梁，通过发动员工、经销商购买等方式，帮助销售道真、湄潭、赤水等农特产品共计 50 余万元。

发力品牌宣传

- 通过集团公司市场工作会等会议活动和公司宣传平台帮助推广农副产品，有效拓宽销售渠道。

创新帮扶模式



建设香菇菌棒成熟培养房协调捐资

3700 万元

为支持帮扶村发展 8 个特色产业协调经销商捐资

383.36 万元

打造红色培训基地等项目协调捐资

1000 万元

持续助力道真主导产业

结合道真“菜县菇乡”定位，协调捐资 3700 万元，建成投用后可助推食用菌种植从“两年三季”向“一年两季”转变。捐资建设的食用菌现代化产业园一期工程和食用菌产业园顺利建成投产。



道真县上坝乡八一社区食用菌产业园

重点发展帮扶村特色产业

根据帮扶村资源禀赋，协调经销商捐资 383.36 万元重点支持帮扶村发展蜜蜂、菜油、稻米等 8 个特色产业。截至目前，各帮扶村产业项目全部建成，正式注册“雄美河西”“贵道真品”“顶子子乡”等农业品牌，助力打造生产包装销售的全产业链条。

重点聚焦遵义红色文旅产业

参与赤水市、播州区等地红色美丽乡村建设和湄潭乡村振兴引领示范县建设，协调捐资 1000 万元打造红色培训基地等项目 3 个。2022 年，共组织基层党组织前往湄潭、赤水等地开展红色教育、团建等活动 30 余次，助推当地红色文旅产业发展。

赋能地方发展

在 70 多年的发展过程中，茅台镇、仁怀市、遵义市和贵州省一直对茅台集团怀着深厚感情，寄予殷切期望。茅台集团也始终坚持立足地方、服务地方，主动适应区域经济社会发展的需要，持续稳健运营茅台机场、茅台学院和贵州茅台医院等民生工程、民心工程，提升服务地方经济社会发展水平。

案例 茅台机场公司顺利运营，带动地方经济发展

茅台机场由仁怀市、茅台集团共同筹资建设，机场覆盖多个县市。2022 年，茅台机场逆势顺利运营，不仅促进集团酒品销售，也带动当地经济的发展。通过航空货运，助推“黔货出山”，全年实现货物可通达将近 40 个城市，货物当日或次日达 15 个城市左右，货邮吞吐量突破“千吨”大关，开创茅台机场通航以来的新高。通过优化巴士管理模式，方便群众出行。全年开通航线 34 条，通达城市 35 个，实现旅客运输 669915 人次，运行指标高于省内行业平均水平。



案例 茅台学院大力培养专业技术与科研人才

茅台学院是 2017 年经教育部批准设置的非营利性全日制应用型普通本科高校。学院秉承立德树人办学思想，围绕酿酒产业链设置专业，推进“产学研用”深度融合，致力于培养服务酒行业及相关领域的高素质应用型人才。2022 年，茅台学院引进省级高层次创新创业人才 1 人、博士 26 人，进一步充实师资队伍；与股份公司签订基地共建协议，搭建集团公司首个产教融合示范实践教学基地；与红缨子公司签订校企合作协议，巩固红缨子选育成果；6 月，茅台学院第二届（2022 届）1214 名毕业生成功完成学业，为推动酒行业高质量发展输送大量人才。



案例 茅台医院投入运营，为群众提供高质量医疗服务

2022年5月，茅台医院全面建成运营、正式惠民开诊。作为一家拥有1000张床位的特色三级综合医院，茅台医院坚持“立足茅台，服务人民”，建设“特色专科、职业病防治、大健康”为重点的学科体系，与北京大学第一医院等优质医院密切合作，持续提高医疗服务能力，引进多名省管名医专家，肩负起茅台集团职工及员工家属、仁怀市70多万人民和川、黔、滇三省交界1000多万人民的健康、保健、诊疗工作，增加周边群众的幸福感、安全感。



情系公益慈善

茅台集团积极投身社会公益，深入开展公益助学行动，携手经销商扩大联合公益范围，大力践行志愿服务精神，以公益善举创造更美好生活。

深化公益助学

作为集团公益慈善的重要着力点，茅台集团将公益助学实践与思想引领深度融合，擦亮公益助学名片。连续开展“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动，大力推动子品牌继续运营多项公益基金，悉心陪伴与呵护青少年成长成才。

案例 茅台集团成功举办“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动

2022年11月，强国有我·茅台学子说“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动2022年分享会成功举行，茅台集团连续第11年捐资1亿元支持困难学子圆梦大学，惠及学子1.6万人。其中，以四年为周期持续性资助1000名大学生攻读乡村振兴迫切需求专业。



“中国茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动大型公益助学活动发端于2012年，是希望工程历史上企业累计捐资最多、覆盖范围最大、受益对象最广、合作程度最深的公益捐赠，成为国有企业积极履行企业社会责任的标杆典范。截至2022年底，累计捐资超11亿元，惠及全国20余万名家庭困难学子，覆盖全国31个省（市、区）2700多个县，助力更多学子圆梦大学。

打造联合公益

茅台集团以茅台公益基金会建设为抓手，联合经销商陆续成立“茅台王子·明亮少年”公益基金、“贵州大曲·点滴有爱”专项基金、“汉酱·匠心传承”文物保护公益基金，倡导子品牌成立“王茅·繁星计划”公益基金、“赖茅·爱羽成长”少儿羽毛球发展公益基金及华茅酒“善行贵州·思源三孝”慈善专项基金等，传递向上向善理念。

案例 与经销商同献爱心，贵州茅台酱香酒公司持续打造“一树三花”公益品牌

茅台王子·明亮少年 捐赠仪式成功举行，助力少年健康成长

2022年6月，“茅台王子·明亮少年”捐赠仪式在贵阳市修文县举行，贵州茅台酱香酒营销有限公司、“茅台王子·明亮少年”全国项目管委会捐赠2330万元善款助力贵州希望工程升级版，标志着贵州希望工程升级版启动以来，募集资金突破2亿元。“茅台王子·明亮少年”公益活动自2019年开始启动，三年共募集爱心资金4213.97万元，帮助易地扶贫搬迁安置点少年儿童融入城市、融入学校、融入生活，实施希望工程陪伴行动，推出“爱眼计划”“壮苗计划”，更好为少年儿童健康成长提供新助力、播种新希望。



“贵州大曲·点滴有爱”公益基金，助力爱老敬老



“贵州大曲·点滴有爱”公益基金于2019年成立，开展老吾老驿站、贵州村志等多项公益活动，持续为爱老敬老老事业贡献力量。2022年，“贵州大曲·点滴有爱”专项基金投入建成“老吾老驿站”25个，开展贵州省“村寨志”编撰项目10个，并参与建设河南省综合性老年活动场所“乐龄之家”，为老年人提供生活保障，丰富生活方式，提升老人幸福指数。

“汉酱·匠心传承”文物保护公益基金，助力文物保护



2021年，酱香酒公司、汉酱酒经销商联谊会携手中国文物保护基金会启动“汉酱·匠心传承”文物保护公益基金，用于资助可移动文物修复和人才培养。2022年7月，“汉酱·匠心传承”公益基金在安阳成功举行殷墟公益项目文物修复展，助力文物保护与文化遗产，为守护民族文化、传承中华匠心贡献力量。

2022 茅台集团

- > 向中国青少年发展基金会年度捐赠助学金额 **10000** 万元
- > “贵州大曲·点滴有爱” 捐赠金额 **894.61** 万元
- > “中国茅台·国之栋梁” 公益助学项目年度资助学子人数 **16000** 人
- > “汉酱·匠心传承” 捐赠金额 **868.73** 万元
- > “茅台王子·明亮少年” 捐赠金额 **2461.62** 万元
- > “赖茅·爱羽成长” 少儿羽毛球发展公益基金捐赠金额 **473** 万元

弘扬志愿服务

茅台集团坚守“奉献、友爱、互助、进步”青年志愿者精神，以“五爱四同”团建品牌为指引，持续开展捐资助学、义务献血、帮助困难群众、关爱老人及留守儿童、植树造林护绿等志愿服务活动，以实际行动增进民生福祉、传播社会正能量。2022年，集团注册志愿者人数达 977 人，组织开展各类大型志愿服务活动 11 次。

案例 茅台公益林为陇原添新绿

2022 年 4 月 22 日“世界地球日”，贵州茅台甘肃省区、联谊会组织开展的“为陇原添新绿 共创美生活”公益植树活动在兰州市展开。30 多人到兰州市榆中县和平镇马家山的茅台公益林，为黄土地换上了松柏新绿。贵州茅台甘肃省区、联谊会已累计在兰州、武威、酒泉、敦煌、天水等地植树超过三十亩，积极助力甘肃绿色生态环保建设。



◎ 贵州茅台员工志愿者开展关爱儿童志愿活动

◎ 生态农业公司开展慰问扬武镇敬老院活动

助力抢险救灾

茅台集团建立健全火灾、水灾、地震等突发灾情应急响应机制，积极捐赠、运输救灾物资，组织救援人员前往救灾一线，并配合地方开展灾后救援工作，守护好群众生命财产安全，帮助受灾地区尽快恢复生产生活秩序。

案例 茅台集团积极支援“9.5”泸定抗震救灾

2022 年 9 月，四川省甘孜州泸定县发生 6.8 级地震，造成当地重大人员伤亡和财产损失。茅台集团第一时间响应，支持抢险救灾和防汛工作开展，支援“9.5”泸定抗震救灾行动，通过四川省红十字会向地震受灾群众捐款 1500 万元，帮助灾区群众妥善安顿，尽快恢复正常生活，深刻诠释红十字精神，充分彰显企业责任与担当。

案例 茅台集团迅速响应灭火行动

2022 年 8 月，赤水市天台山发生森林火灾，贵州茅台迅速响应，共出动 45 名战斗员、5 台消防车参与救援灭火行动，挽救社会损失 1.32 亿元。茅台充分利用自身消防资源，与搜救中心、消防、森林公安进行等合作，积极参与地区社会救援，尽心保障居民安全，赢得了各级政府与居民的高度称赞。

倡导理性饮酒

茅台集团坚持酿造高品质美酒，积极倡导“健康饮酒”“少喝酒 喝好酒”的绿色健康消费理念，大力宣传理性的饮酒文化。2022 年 12 月，茅台集团积极参与全国理性饮酒宣传周活动，引导公司在全国各省区的多家大型商超门店开展线下门店宣传；集团党委书记、董事长、中国酒业协会酒与社会责任促进委员会轮值理事长丁雄军积极发声，倡导“关爱成长、非成勿饮”，坚决践行“不向未成年人售酒”的相关规定，大力倡导文明饮酒新风尚，为社会带来积极的影响和改变。

未来展望

2023年，是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，是“十四五”承上启下的关键之年，也是茅台“棋心拼搏”年。茅台集团将始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习贯彻党的二十大精神、习近平总书记视察贵州重要讲话精神，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快融入新发展格局，锚定“双一流、三突破、五跨越”目标，秉持“质量是生命之魂”，持续走好“五线”高质量发展道路，聚焦“酒、酒旅康养、综合金融”三大主业，加强战略统筹，促进产业协同，坚决将“美”进行到底，拼出美好生活新期待，拼出高质强业新未来，全力以赴推动茅台高质量发展再上新台阶、实现新跨越！



附录



2022 年最受赞赏的 50 家中国公司全明星榜
食品、饮料行业榜榜首
——财富 FORTUNE

入选《国资国企社会责任蓝皮书 (2022)》乡村
振兴篇优秀案例
——国务院国资委社会责任局指导、责任云研究院

“地方国有企业社会责任·先锋 100 指数 (2022)” 中排名第 1
——国务院国资委社会责任局指导、责任云研究院

贵州省第四届 BIM 大赛一等奖
——贵州省建筑业信息化发展促进会

贵州省“绿水青山就是金山银山”实践创新基地
——贵州省生态环境厅

· 茅台集团 ·

中国品牌强国盛典“国品之光”
——中央广播电视总台

第十六届中国品牌节“华谱奖”
——品牌联盟、中国会展经济研究会

《2022 年全球品牌价值 500 强》排名第 32 位，
全球酒行业排名第 1
——Brand Finance

“2023 年度全球品牌价值 500 强排行榜”第 21 位，
中国品牌第 7 位
——Brand Finance

最具价值中国品牌百强榜单第 3，酒类品牌第 1
——凯度 BrandZ

连续第 7 次登顶全球最具价值烈酒品牌 50 强
——Brand Finance

中国 500 最具价值品牌食品饮料品牌榜首
——世界品牌实验室

“中国品牌价值评价信息发布”总榜第 2
——中国品牌建设促进会

· 茅台 ·

中国食品工业科技进步奖
——中国食品工业协会

2022 中国企业 500 强
——中国企业联合会、中国企业家协会

2022 贵州企业 100 强榜首
——贵州省企业联合会、贵州省企业家协会

第十七届人民企业社会责任奖“年度企业奖”
——人民日报社人民网

中国最具价值国有上市公司榜首
——胡润研究院

踔厉奋发 20 周年纪念奖
——贵州省酿酒工业协会

《中国企业 100》第 5，中国、全球酿酒产业地位排第 1

“烈酒之王”称号
——Finance Magnates

入选“中国酒业文化遗产运营经典案例”
——中国酒业协会文化遗产保护工作委员会

2022 中国食品饮料百强榜全榜第 2，酒类第 1
——FBIF

仁怀市“工人先锋号”荣誉称号
——贵州省仁怀市总工会

· 贵州茅台 ·

茅台醇 1992 荣获中国酒业协会“青酌奖”

茅台醇 1992 荣获国际烈酒 (中国) 大奖赛组委会“金奖”

· 保健酒业公司 ·

成功申报“贵州省包装联合会常务副会长单位”

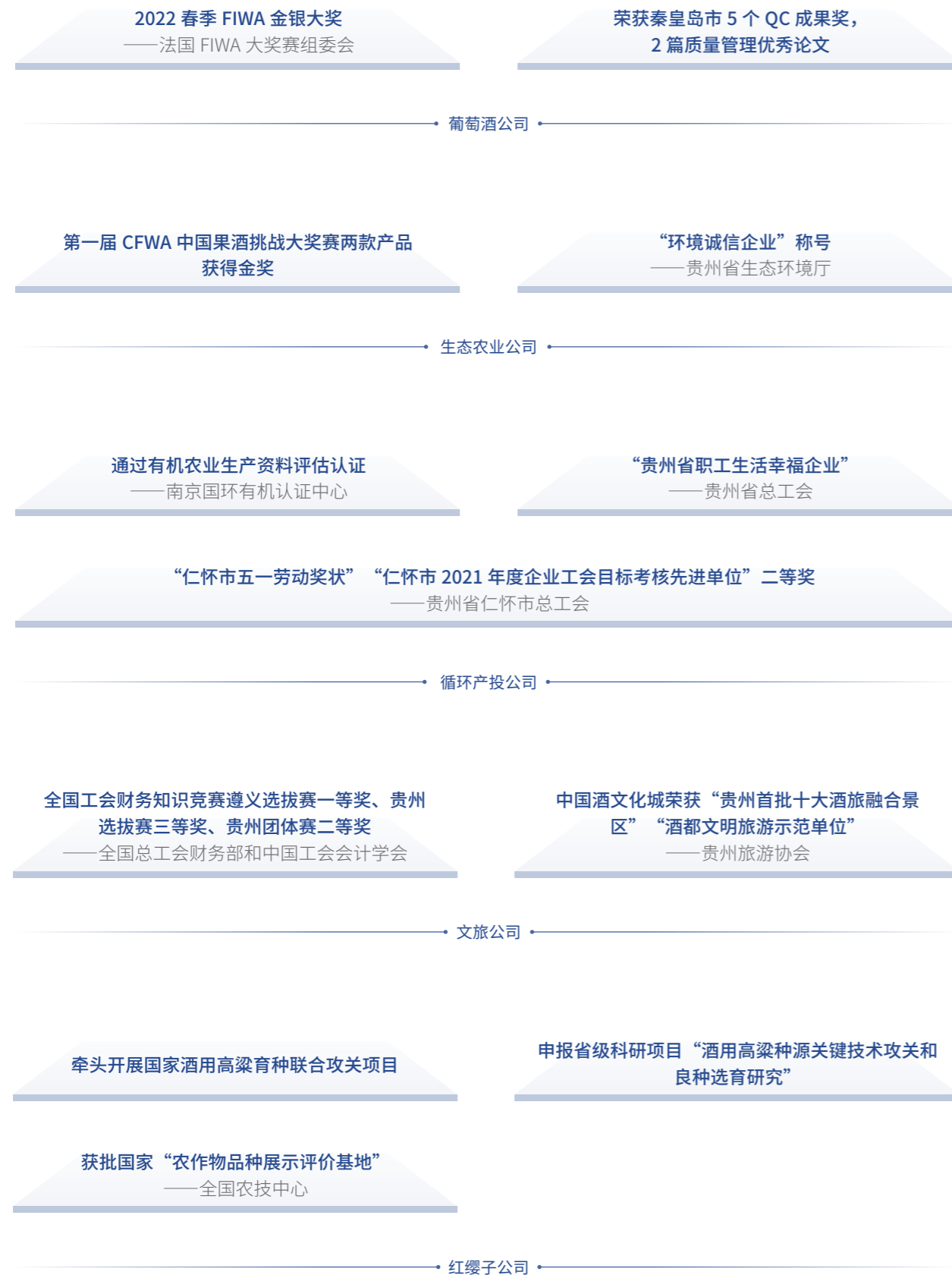
贵州省国资委监管企业第二届创新创意奖
——省国资委

富明行公司、晶琪公司申报成为中国日用玻璃协会
会员单位

新华羲公司升任中国日用玻璃协会理事单位

申仁公司荣获 2022 “KELLYONE 陕西人”杯第八届包装印刷与标签精品大赛一等奖
——中国包装联合会

· 技术开发公司 ·



指标索引

目录	联合国可持续发展目标 (SDGs)	中国企业社会责任报告指南 4.0 之食品行业 (CASS-CSR4.0)	报告位置
报告导读		P1.1-1.3	P01
董事长致辞		P2.1-2.2	P04-05
关于我们		P4.1-4.4,G1.1,M1.1,M1.4,M1.8,M3.1-3.3,M3.5,S1.1	P06-12
ESG 管理	社会责任观	G1.2	P13
	ESG 管理体系	G3.1-3.3	P13
	利益相关方沟通	G2.1,G6.1	P14
	行业角色	G6.3	P15
聚焦：永远跟党走，奋进开创“美时代”	目标 16	P3.1-3.2,M1.3	P16-19
棋心拼搏 酿造甘美品质	聚焦发展大局	M1.6-1.7	P22-25
	打造质量高地 提升客户体验	目标 9,12,16 M2.2-2.3,M2.16,M2.18 M2.1-M2.3,M2.13-M2.18	P26-29 P30-31
科技赋能 争创丰美成果	强化科技创新	M2.4-2.7	P34-36
	打造“智慧茅台”	目标 9,12 M2.4,M2.7-2.8	P36-37
	优化管理创新	M1.6,S1.4	P37
安全环保 营造和美环境	落实安全生产	S3.1-3.7	P40-41
	坚持绿色运营	E2.2,E2.9-2.20	P42-46
	应对气候变化	目标 6,7,11,12,13,15 E2.3-2.5,E2.7,E2.24-2.25,E3.1-3.2	P46-47
	强化环境管理 守护生态平衡	E1.1-1.2,E1.5,E1.8 E3.3-3.4,E3.6	P48-49 P50-51
携手同行 构建共美生态	维护股东权益	M1.4,M1.7	P54-55
	关爱员工成长 拓展责任供应链	目标 7,8,11,12,17 S1.5-1.6,S2.1-2.4,S2.7-2.8,S2.10-2.18 M3.6	P55-61 P62-64
	带动行业发展	P3.1-3.2,S4.8	P65
担当奉献 展现大美形象	助推乡村振兴	S4.12-4.14	P68-70
	赋能地方发展	S4.1	P71-72
	情系公益慈善	S4.6-4.11	P72-75
	倡导理性饮酒	M2.9	P75
未来展望		A1	P76-77
附录	责任荣誉	A3	P78-80
	指标索引	A5	P81
	评级报告	A4	P82
	释义	P1.2	P83
	意见反馈	A6	P84

评级报告

《茅台集团 2022 环境、社会及治理 (ESG) 报告》评级报告

受中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司委托，“中国企业社会责任报告评级专家委员会”抽选专家组成评级小组，对《茅台集团 2022 环境、社会及治理 (ESG) 报告》（以下简称《报告》）进行评级。

一、评级依据

中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南 (CASS-CSR 4.0)》暨“中国企业社会责任报告评级专家委员会”《中国企业社会责任报告评级标准 (2020)》。

二、评级过程

1. 评级小组审核确认《报告》编写组提交的《企业社会责任报告过程性资料确认书》及相关证明材料；
2. 评级小组对《报告》编写过程及内容进行评价，拟定评级报告；
3. 评级专家委员会副主席、评级小组组长、评级小组专家共同签署评级报告。

三、评级结论

过程性 (★★★★★)

集团党委宣传部（公共关系事务部）牵头成立报告编制工作组，各职能部门负责提报并审核相关资料，党委书记、董事长把控整体方向、关键环节并负责报告终审；将报告定位为披露履责信息、提高社会责任 /ESG 管理水平、强化利益相关方沟通、提升企业品牌美誉度的重要工具，功能价值定位明确；根据国家宏观政策、公司发展战略、行业对标分析、社会舆论关注点、利益相关方调查等识别实质性议题；推动下属企业贵州茅台发布 ESG 报告，构建了多层次的报告体系；计划嵌入贵州省工业与知识经济联合会会议发布报告，并将以电子版、印刷品、英文版的形式呈现报告，过程性表现卓越。

实质性 (★★★★★)

《报告》系统披露了贯彻宏观政策、产品质量管理、理性饮酒倡导、消费者权益保护、职业健康管理、科技创新、安全生产、节约能源资源、发展循环经济等所在行业关键性议题，叙述详细充分，实质性表现卓越。

完整性 (★★★★☆)

《报告》主体内容从“棋心拼搏·酿造甘美品质”“科技赋能·争创丰美成果”“安全环保·营造和美环境”“携手同行·构建共美生态”“担当奉献·展现大美形象”等角度系统披露了所在行业核心指标的 86.67%，完整性表现领先。

平衡性 (★★★★☆)

《报告》披露了“较大以上火灾事故”“较大以上安全生产事故”“因工死亡率”“因工重伤率”“因工工伤率”“环境污染及破坏事件”等负面数据信息，平衡性表现领先。

可比性 (★★★★★)

《报告》披露了“营业收入增长率”“净资产收益率”“研发投入”“安

全生产培训率”“污水处理量”“综合能耗”等 39 个关键指标连续 3 年的对比数据，并通过“Brand Finance 全球最具价值烈酒品牌 50 强”榜首”“BrandZ 最具价值中国品牌 100 强排行榜”第 3 位”等进行横向比较，可比性表现卓越。

可读性 (★★★★★)

《报告》从五大篇章系统阐述了对环境、客户、员工、伙伴、社区等利益相关方的年度履责行动与成效，诠释了企业对履行社会责任的深刻理解；封面设计灵活融入“酒瓶”和“美”元素，凸显行业特征，增强了报告的辨识度；框架以“美”字贯穿，融入茅台“美学”文化和理念，彰显企业特色；篇章跨页选用契合章节主题的实景大图，嵌入叙述性引言、提取亮点绩效，提纲挈领，增强了报告的悦读性和沟通力；以“名词解释”等专栏解读专业术语，强化了报告的传播价值，可读性表现卓越。

创新性 (★★★★☆)

《报告》设置“永远跟党走，奋进开创‘美时代’”专题聚焦，展示党建工作最新进展及成效，彰显了国有企业的责任担当；回应联合国可持续发展目标 (SDGs)，凸显了企业的国际化视野；编制《生态环保手册》简版报告，强化构建多形态报告体系，创新性表现领先。

综合评级 (★★★★★)

经评级小组评价，《茅台集团 2022 环境、社会及治理 (ESG) 报告》为五星级，是一份卓越的企业社会责任报告。



**中国企业社会责任报告
评级专家委员会**
Chinese Expert Committee on CSR Report Rating

茅台集团环境、社会及治理 (ESG) 报告连续第三年获得五星级评价

四、改进建议

增加行业核心指标的披露，进一步提升报告的完整性。

评级专家委员会副主席

评级小组组长

评级小组专家

出具时间：2023 年 9 月 18 日



扫码查看企业评级档案

释义

茅台集团、集团、公司	中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司
贵州茅台、股份公司	贵州茅台酒股份有限公司
技术开发公司	贵州茅台酒厂（集团）技术开发有限公司
保健酒业公司	贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司
茅台机场	贵州遵义茅台机场有限责任公司
葡萄酒公司	贵州茅台酒厂（集团）昌黎葡萄酒业有限公司
物流公司	贵州茅台酒厂（集团）物流有限责任公司
循环产投公司	贵州茅台酒厂（集团）循环经济产业投资开发有限公司
生态农业公司	贵州茅台（集团）生态农业产业发展有限公司
文旅公司	中国贵州茅台酒厂（集团）文化旅游有限责任公司
红缨子公司	贵州红缨子农业科技发展有限公司
茅台医院	贵州茅台医院（职工医院）

意见反馈

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：0851-22388200 电子邮件：mtshzr@moutai.com.cn

联系地址：贵州省仁怀市茅台镇茅台集团公共关系事务部社会责任室 邮政编码：564501

您的信息

姓 名：_____ 联系电话：_____ E-mail：_____

工作单位：_____ 职 务：_____

1、您对公司环境、社会及治理（ESG）报告的总体评价是

好 较好 一般

2、您认为本报告是否能反映公司对经济、社会 and 环境的重大影响

高 较高 一般 较低 低

3、您认为本报告所披露信息、数据、指标的清晰、准确、完整度如何

好 较好 一般 差 不了解

4、您最满意本报告哪一方面？

5、您希望进一步了解哪些信息？

6、您对我们今后发布报告有哪些建议？

中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司

<https://www.china-moutai.com/>



茅台集团官方微博



茅台集团官方微信



报告出版的环境考虑

纸张:采用环保纸张印刷

油墨:采用环保油墨以减少空气污染