



## 2021 年度社会责任报告

上海金枫酒业股份有限公司

# 目 录

报告说明.....	3
砥砺前行八十余载.....	5
关于我们.....	5
发展愿景.....	5
股权结构.....	6
公司治理.....	6
夯实根基 共谋发展.....	7
一、创新产品 卓越品质.....	7
二、强化管理 夯实基础.....	7
三、跨界营销 赋能品牌.....	8
精心酿造，共享价值.....	9
一、派发红利 价值回馈.....	9
二、强化内控 合规共赢.....	10
三、人才强企 关爱员工.....	11
四、互利共赢 彰显价值.....	13
五、卓越品质 诚信经营.....	14
六、心系社区 文化传承.....	15
践行双碳，共享绿色.....	16
一、节能减排 绿色生产.....	16
二、多措并举 绿色发展.....	19
齐心协力，共载荣誉.....	20
一、企业荣誉.....	20
二、产品获奖.....	20
未来展望，共酿金枫之美好.....	20

## 报告说明

本报告是上海金枫酒业股份有限公司向社会公开发布的2021年度履行社会责任的报告。本报告旨在真实反映金枫酒业2021年度企业社会责任的发展与实践，向股东、员工、客户、合作伙伴、社区公众等利益相关方公开报告企业运行情况，帮助利益相关方深入透视金枫酒业的企业社会责任实践活动。

本报告时间跨度为2021年1月1日至2021年12月31日，与公司2021年度报告同时披露。报告内容涉及的财务数据以及所覆盖的范围与《上海金枫酒业股份有限公司2021年年度报告》相符。

报告内容向利益相关方展示了金枫酒业在企业战略发展、公司治理、产品研发、质量安全、环境保护、职业健康与安全、员工发展、社会公益方面的措施。下一份报告将于2023年发布。

为便于表述和阅读，报告中的上海金枫酒业股份有限公司根据行文具体情况，简称为“金枫酒业”、“金枫”、“公司”、“企业”、“我们”。

此前已经发布上海金枫酒业股份有限公司2008—2020年共13份社会责任报告。本报告数据来源为上海金枫酒业股份有限公司及下属子公司提供。本次报告以中文简体编制印刷，分为纸质版和电子版两种形式，电子版可在上海证券交易所网站查阅获取。

## 董事长致辞

2021年，是十四五规划的开局之年，金枫酒业以高质量发展为目标，围绕“夯实基础、优化结构、加快调整，稳步提升发展质量”的年度工作主题，扎实落地、务实求进、创新创优夯实酒业发展根基。

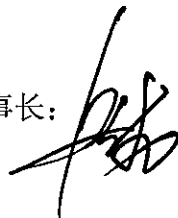
危急时刻方显坚韧，疫情的反复给公司销售模式及营销渠道带来冲击，也促使公司加速变革。面对企业“要发展”和“要改革”的双重要求，金枫酒业正逐步探索新模式，并积极开拓产品创新、营销模式创新等，探索新的利润增长点，在这里我要向一直以来始终奋斗在一线的金枫人致以崇高的敬意。

公司正以实际行动践行《中国酒业黄酒“十四五”发展指导意见》，围绕“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向，助力黄酒行业价值回归。在立足企业稳定持续与改革发展大局下，金枫酒业始终以海派黄酒文化为根基，秉持“引领黄酒高端化发展”树立高端海派品牌形象，通过产品结构调整提升产品高端化属性。同时，公司积极开展品牌跨界合作，通过新零售渠道联合宣传打造品牌年轻化的形象。

不忘来时路，奋进新征程。金枫酒业将不忘初心，以匠心品质、砥砺前行，携手股东、员工、合作伙伴，弘扬传统文化，践行企业社会责任。近年来，金枫酒业不仅加强企业技术创新能力、研发能力、人才培养能力和民生帮扶工作。同时，公司始终积极响应国家低碳节能减排要求，创建资源节约型和环境友好型企业，助力和谐社会发展，支持社会与民生发展，为人民美好生活添砖加瓦。

2022年，金枫酒业将着力围绕“十四五”战略规划目标，聚焦模式转型和管理流程机制再造，深入推进“组织架构与业务流程再造”工作，围绕“两个中心”建设，加大改革力度，推动模式转型，夯实发展基础，尽快走出业绩低谷，共同推进行业发展新格局。

董事长：



## 砥砺前行八十余载

### 关于我们

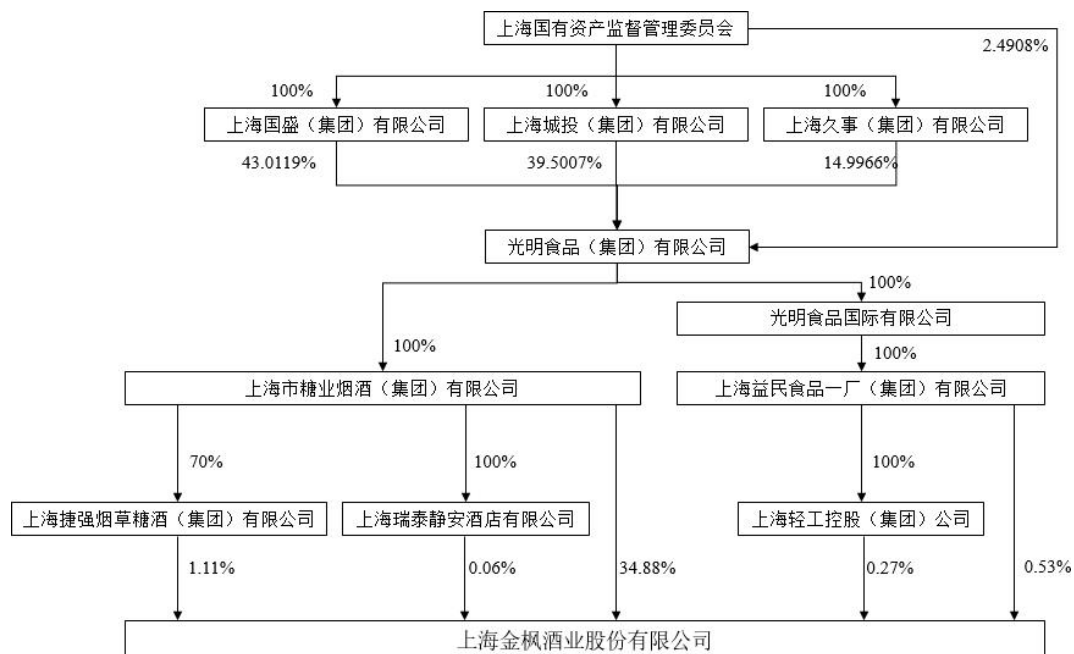
上海金枫酒业股份有限公司前身为上海市第一食品股份有限公司，于1992年在上海证券交易所上市。上市以来，公司始终以股东利益最大化为目标，聚焦主业发展，创新商业模式，通过资本经营和产业经营联动，不断做大做强核心主业，实现价值增长。2008年公司与控股股东通过资产置换的方式实施重大重组，成为以黄酒为主业的上市公司，并更名为“金枫酒业”，2013-2015年，金枫酒业完成再融资、实施行业内收购兼并，加快推进落实各项战略目标。

公司秉持“选好米，酿好酒”的经营理念，重视技术研发与品牌塑造，旗下“石库门”与“和”酒先后被评为中国名牌、中国驰名商标，同时注重黄酒文化传播，将文化融入品牌。作为黄酒行业的龙头企业，金枫酒业勇于创新，合作开放，开拓市场，促进黄酒行业健康发展。

### 发展愿景

金枫酒业作为一家以黄酒为核心的企业，传承中华民族源远流长的酒文化，不断创新酿酒生产工艺，以工匠精神酿造匠心好酒，本着正本清源的历史使命和文化自信，确立核心价值突出，具有持久成长性的酒业上市公司形象，在商业模式创新、企业运行质量、市场地位、品牌影响等方面凸显行业优势地位。

## 股权结构



## 公司治理

为维护公司、股东和债权人的合法权益，规范公司的组织和行为，公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》和相关法律法规的要求，不断完善公司章程、股东大会、董事会、监事会及各专门委员会的议事规则、工作制度等基本管理制度，规范公司运作。

# 夯实根基 共谋发展

## 一、创新产品 卓越品质

### （一）结合市场需求，丰富产品结构

2021年，金枫酒业秉持“让传统更加经典、让现代更加时尚”理念，围绕年轻化、场景化、高端化、健康化等，结合品牌定位、品牌价格带，多维度打造新一代产品集合，培育产品多元化布局，主动寻求品类细分市场，以差异化定位谋求品类瓶颈突破机会，为消费者带来多元消费体验乐趣。2021年公司主要新品开发及升级如下：

- （1）与雷允上公司合作研发轻养生系列产品“金色年华红卍卍黄酒”；
- （2）开发花博会撑腰开运酒、金枫原酿、和酒正其时、石库门1921等；
- （3）升级改良产品：和酒荷叶净瓶黄酒、和酒三年陈黄酒、石库门锦绣12(80mL)、石库门红标等；

### （二）开展产学研合作，厚植发展基础

创新是企业发展的最大动力，公司稳步深入开展基础研究，加强科研合作，开展基础理论和应用方面的研究，以提升核心竞争力。2021年，金枫酒业与中国食品发酵研究院、江南大学、上海理工大学、上海应用技术大学、健士星公司及雷允上公司等合作单位开展技术交流，推进产学研合作项目，为公司的新品研发工作夯实基础。

- （1）公司联合众多高校开展不同米种酿造黄酒及酿造米酒的试验，为今后选择合适的酿酒用米做基础研究；
- （2）公司与第三方知识产权公司——智慧芽知识产权有限公司签订专利数据库合作协议，以完善公司专利保护机制；
- （3）公司协同中国食品发酵研究院，开展《上海黄酒》团体标准专家审核及发布准备工作，为今后黄酒标准化奠定基础；

## 二、强化管理 夯实基础

### （一）长抓安全管理，严控产品质量，加大疫情防控

公司倡导并践行“员工第一，爱与尊重”的安全文化价值观，进一步落实主体责任，将安全防患于未然。

2021年，金枫酒业按期开展质量风暴活动，落实问题整改，其中企业自查发现问题点139个，安保部督查6次，开具6份纠正措施单，严查后续整改。公司全年无重大安全事故。

2021年公司开展生产过程、食品安全检查26次，协助糖酒集团检查2次。通过文件审查和现场检查相结合的方式对各厂的食品安全、产品质量、生产过程控制等方面进行有效整改，确保各生产企业生产过程作业合规性、产品质量符合性、安全性，增强客户满意度。

面对国内疫情反复，公司进一步落实夯实疫情防控工作。坚持测温、戴口罩，保持社交距离，使防疫工作常态化。并定期召开专题会，发布疫情告知书，排查、登记离、返沪员工及其路径和健康状况，及时配合集团、社区落实防疫措施、核酸检测，有发热咳嗽情况及时反应，实现联防联控。落实上海地区疫苗接种工作，上海地区完成接种1031人，接种人数达81.82%，实现零感染。无锡振太接种率97%，为广大职工的生命安全树立保障。

## **（二）优化渠道管理，稳控市场定价**

公司始终坚持以服务消费者为重心，通过日常经营举措在促进自身发展同时，加强与消费者互动，为全国消费者带来优质黄酒而不断努力。2021年度，公司严抓落实，重点从渠道管理、渠道调研、渠道运行管理等方面展开各项工作，促进动销环节，加强渠道建设与市场管理，不断稳定市场终端价格。

（1）公司对核心产品设定终端限价，强调进销存管理。督促销售团队对产品库存、流向流量加强管理，并对现有经销商重申市场管理要求，共同严抓市场管理，管控产品流向，整顿终端市场秩序。

（2）优化经销商结构，填补渠道空白。针对重点产品，对现有经销商进行梳理，从经销商销售、产品铺货、市场情况、资金及配合度等多方面进行评估打分。以优胜劣汰为原则，定期完成度经销商评估工作。

## **三、跨界营销 赋能品牌**

### **（一）多元营销体验，赋能品牌价值**



2021年，金枫酒业结合主题事件、品牌调性、受众人群等特点，在加强品牌宣传的同时，不断增进与消费者的品类教育与沟通，以提升公司品牌美誉度。公司借助新媒体传播形式，挖掘酒类文化价值，以跨界营销、主题事件传播为主要抓手，为消费者带来更好的价值回馈。

(1) 公司通过建立小红书、抖音、微博、腾讯视频、B站等企业新媒体矩阵，扩大品牌传播效果，增强与年轻消费者互动黏性，有助于年轻消费群体培育；

(2) 公司结合盒马鲜生、叮咚买菜、京东和淘宝等线上零售渠道联合宣传，加强品牌和渠道关联，满足消费者线上购物需求与消费体验；

(3) 公司结合“中国花博会”、“金枫酒业和酒太极拳竞赛”、“第四届中国国际进口博览会”、“中秋节”、国庆节等为主题的热点传播，在增加品牌曝光度的同时，使品牌与热点事件加强关联，也赋予旗下品牌更多层次意义。

## **(二) 跨界融合创新，探索细分消费群体**

在产品多元化发展的基础上，金枫酒业围绕多元化产品，开展跨界合作，创新营销模式，用新黄酒碰撞出新鲜、有趣的营销场景，以场景结合产品共同提升消费者的消费体验，扩宽黄酒的消费群体。2021年，金枫酒业、雷允上携手打造的轻养小酒“红扑扑”系列，实现黄酒与中药的产品跨界。“红扑扑”产品结合当下年轻95后女性群体喜欢的口味，特别推出柚子味、荔枝味、水蜜桃味三大清甜果味，适应多种消费人群、多种消费场景饮用，为公司切入年轻消费群体提供了更多的可能。

## **(三) “凝聚·共赢”——协办2021中国黄酒T7峰会**

作为海派黄酒龙头企业，在行业推动、互动交流方面，金枫酒业一直不断探索，增进与行业协会沟通交流，以自身行动为黄酒行业高质量发展建言献策。2021年，金枫酒业协助中国酒业协会共同举办2021中国黄酒T7峰会，并聚焦会议主题“凝聚·共赢”就黄酒产业现状、行业标准体系建设、如何迎合国家发展政策以及在新环境下保证黄酒产业健康可持续发展等议题深入探讨与交流，与其它黄酒企业共话“十四五”黄酒行业高质量发展新篇章。

# **精心酿造，共享价值**

## **一、派发红利价值回馈**

2021年，金枫酒业发布2020年年度权益分派实施方案：以方案实施前的公司总股本669,004,950股为基数，每股派发现金红利0.03元（含税），共计派发现金红利20,070,148.50元。金枫酒业以实际行动回馈广大股东，体现公司管理层对于企业未来发展信心。

## 二、强化内控 合规共赢

金枫酒业始终注重追求股东价值最大化，坚持合规共赢。本年度公司严格履行信息披露业务，开展各项内控审计管理工作，及时规避内控风险，积极开展投资者关系管理工作，加强股东沟通，切实保障全体股东合法权益。

### （一）严格规范公司治理结构

金枫酒业严格按照《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的要求规范运作，落实公司治理的各项工作。

报告期内，公司共召开股东大会2次，董事会6次，监事会4次。各项会议的运作与召开均严格按照有关规定程序执行，有效维护了股东和公司利益。

### （二）不断完善公司内控结构

2021年，公司继续开展各项管理制度、流程控制的全面梳理，抓住内部控制关键环节，修改和优化内部业务流程，重新修订或增补、完善各项管理制度，并组织人员进行底稿整理及内控手册维护更新，从流程上完善内控治理。

本年度就年度审计发现的一般问题对相关单位提出整改要求，落实整改计划、措施、期限，审计风控部督促指导并进行缺陷整改检查。通过不断完善内控流程、严格组织内部控制管理，实现了资金预算管理和财务风险控制，确保公司平稳运行。

### （三）及时履行信息披露义务

金枫酒业严格执行《上海证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》等规定，及时准确地完成定期报告和临时公告的披露。2021年度，公司共计发布定期报告4份，临时公告28份，未出现信息提前泄露或者信息披露重大错误。通过真实、准确、完整、及时的履行信息披露义务，使广大投资者全面掌握公司经营动态以及经营质量，坚定投资者信心。

#### **（四）重视投资者关系管理工作**

公司始终重视与投资者的有效互动，通过多种渠道与投资者沟通交流。2021年度，公司通过上海证券交易所网站投资者互动交流平台回答投资者问题共计75条，

利用“上证e访谈”平台举办2020年度网上业绩说明会活动1次。通过多种投资者互动形式，实现多层次的投资者交流活动覆盖，使投资者能全方位地了解公司的最新发展战略、产品营销、经营情况、年度分红方案等重点问题，不断提升投资者互动黏性，增进与市场互动沟通。

### **三、人才强企 关爱员工**

金枫酒业始终坚持以人为本的发展理念，推动公司人才战略实施，围绕“组织再造 流程再造”工作，推进人事管理创新和机制创新，保障员工权益，保护员工隐私，关注员工成长，为员工提供就业发展、专业提升、能力锻炼、成果共享的机会和舞台，力求将公司打造成与员工实现“双赢”的高效互动平台。

#### **（一）关注员工个人成长价值**

##### **1、落实企业改革要求，合理安排人员分流**

根据“双再造”改革工作要求，金枫酒业就冗员情况制订了一系列分流措施。对于因业务调整造成的岗位设置取消或者部门编制减少的情况，企业优先联系横向部门和各子分公司进行人员统筹安排，通过内部招聘的形式，为相关人员提供就业机会，2021年实现 3 人内部再就业。

##### **2、开展合理化建议工作，为企业发展建言献策**

企业工会为增强活力、解决发展后劲问题，高度重视青年骨干员工选拔培养工作。5月组织37名一线职工、团青代表、基层班组长开展座谈交流，就生产、销售和管理等的现状、员工素质提升、班组建设、创新创效等方面工作进行双向交流和有效沟通，提出了建设性意见和改善建议。公司致力于从根本上改善潜在的管理问题，提升员工的满意度，助力员工与企业共同发展。

##### **3、开展销售技能培训，提升销售团队专业能力**

2021年，公司组织销售团队开展“淡季大练兵”系列培训活动，以“突破销售管理瓶颈，把握区域市场运营，深耕传统终端运作”为主题，旨在打造一支成熟的

销售团队。本次系列培训活动涉及总监至业务员共计295人次，从上至下，由点到面，通过别出心裁的销售课程和团队建设活动，进一步提升销售技巧和团队凝聚力，为后续重点工作完成打下坚实基础。

#### **4、组织职业技能竞赛，营造“比学赶超”氛围**

2021年度，在光明及糖酒两级集团的大力协助下，开展“黄酒酿造工”职业技能竞赛活动，营造“比学赶超”的浓厚氛围，充分调动全体参赛人员和工作人员的热情。通过此次职业技能竞赛活动共培养黄酒酿造工（三级）技能等级人员31人，有效提升广大职工技能学习热情。

#### **5、发挥劳模、工匠引领作用，提速技术创新和人才培养**

公司弘扬“劳模精神、劳动精神、工匠精神”，形成尊重知识、尊重技术、尊重人才的浓厚氛围，以劳模创新工作室、技能大师工作室、“高师带徒”机制为载体，培育出更多有知识、有技能、有创新的高技能人才队伍。其中，“毛严根劳模创新工作室”开展了一系列新品的开发储备工作，启动了12个科研项目，参与修订企业作业生产指导书，并通过“高师带徒”的方式深入一线岗位实践指导和操作。工作室荣获上海市总工会第十一批“上海市劳模创新工作室”称号。“杨成元技能大师工作室”组织培训累计74场次，参训1432人次，实现了酿造、包装关键岗位共计6人取得中级技能等级证书的成绩，并有11名年轻骨干分别被公司提拔担当了技术、管理等重要岗位的工作。“宋立新技师工作室”组织200余人次参与的《安全生产管理培训》、《企业用电安全知识培训》培训，为员工用电、生产安全提供防护知识。

### **（三）多元化活动丰富职工生活**

#### **1、开展“安康杯”劳动竞赛、技能竞赛**

2021年，按照群众性安全生产活动的特点和要求，开展了以“安全是光明最好的管理，安全是员工最大的幸福感之一”为主题的系列活动。组织职工观看安全警示片《红线》《生命重于泰山》，学习新《安全生产法》、《上海市非机动车安全管理条例》等相关法律法规和政策，。参与光明食品集团“安康杯”职工安全应急技能知识竞赛活动，共计1870人次参与了各类安全生产知识培训，基层整改排除安全隐患58例。

## 2、举办各种文体活动，展现职工风采

2021年，公司开展妇女节线上线下主题活动、端午节DIY活动、部分职工疗休养活动，通过各类文体活动，积极展现金枫酒业自信坚韧、奋斗建功、爱岗敬业的职工风采。此外，公司工会组织218名职工前往崇明第十届国际花卉博览会，开展以“花开中国梦，锦绣似金枫”为主题的参观活动，让职工走进花博园共享光明田园殷实农场建设成果，感受花博会溢出效应。

## 3、组织新媒体达人挑战赛，拓宽新渠道、凝聚新人才

为助力企业扩大营销渠道，加强职工对金枫品牌的认知度、产品的熟知度，整体提升新媒体销售话术的能力，金枫酒业工会从5月至10月组织开展“新媒体抖音达人挑战赛”，为有志于探索营销新模式的职工搭建展示技能、展示风采的舞台。

### （四）心系职工 送温暖

#### 1、帮扶困难职工

2021年，公司落实“一日捐”活动，募集善款41048元；完成防疫、冬日慰问2924人次；开展高温慰问2988人次；帮扶重大疾病、家属重大疾病等困难职工155人次，落实帮困金44.66万元；探望、走访住院、居家老干部58人（次）；组织助学活动1次，共计资助11名职工子女入学，费用合计1.1万元；完成元旦、春节、五一、国庆等重大节日老干部慰问工作。

#### 2、关爱职工，落实送温暖举措

因防控疫情需要，春节40多名职工主动选择留沪过年，公司立即展开人员信息备案和发放防疫慰问品、观影券、春节食品礼包，及时送上企业的关心关爱。疫苗接种期间，公司各工会积极配合企业防疫工作要求，第一时间建立微信工作群，进行日汇报、日统计，石库门公司在技术保障和接种规范化前提下，引入新冠疫苗临时流动接种点，高效、安全完成了全厂职工的接种任务。

## 四、互利共赢 彰显价值

金枫酒业高度重视上下游企业间相互合作关系，坚持合作共赢原则，积极维护合作伙伴利益，推动公司供应链、销售链管理工作。

### **（一）维护供应链稳定，推动降本增效**

公司通过与供应商充分交流、平等谈判协商。从采购的角度出发，建立稳定优质的供应商团队，并将逐步建立起合格的“供应商名录”，好中选优，真正做好“合作共赢、有效供应”与“过程管理、阶段评估”。在2021年众多原材料价格大涨、供应短缺的情况下，公司通过良好的供应商管控策略，三个子公司大宗包材类的采购维持在原价的基础上，为公司成本节约提供良好条件。在年中大宗商品短缺情况下，公司通过做好供应商沟通协调、确保材料供应，同时给予经销商在测算物料的成本合理上升幅度，保障公司供应成本的稳定。

### **（二）重视供应商沟通，做好日常绩效管理**

公司重视与供应商关系管理，并建立相关沟通机制：一是完善招投标制度评标细节，二是建立供应条线的沟通学习群，为供应商监管评价、问题处置、沟通交流提供公平、公开、公正的制度平台。围绕酿造、生产环节中出现的各种共性问题，公司多次组织供应商与厂方之间现场研究交流，现场发现并解决问题。此外，公司做好供应商月度绩效管理，为年度评估数据积累，提升供应商客户管理、保证供应商整体质量。

## **五、卓越品质 诚信经营**

### **（一）严控产品质量管理体系**

2021年度，金枫酒业要求公司各职能部门思想重视、密切关注法律法规、国家标准动态，形成公司层面统一质量标准，共同把好食品质量安全。公司从源头把关，关注食品安全，改进甜型酒工艺、合规使用食用酒精并可追溯，做好过程控制。

公司致力于不断完善食品安全管理体系，努力为消费者提供品质更优秀的产品。本年度公司在现有产品质量评估体系标准上，不断优化产品质量管理体系，确保产品品质。

### **（二）秉承“选好米，酿好酒”**

2021年，公司秉持“选好米，酿好酒”的企业使命，从源头出发，对采购原料的质量严格要求，明确工艺参数，审核生产商资质，同时不定期监管生产过程，确保产品符合企业标准。

公司严格按照采购标准，密切监控原辅料、食品添加剂及加工助剂的质量，对供应商进行第三方评审工作，做好源头防范；从新原料酿造工作开始，严格控制酿造总量，坚持基酒单独存储与管理，做好基酒档案管理工作。

### **（三）打造经典海派消费体验**

作为经典海派黄酒的代表企业，金枫酒业结合新消费环境下，不断丰富渠道建设及产品矩阵，不断加强与消费者沟通互动，扩展产品高端消费群体，持续打造经典海派消费体验。

2021年，公司继续开展石库门锦绣12宴会活动，以线下活动为载体，拍摄短视频、发布新闻稿，将海派黄酒的消费场景、消费人群、饮用方式及海派黄酒的特点清晰呈现，为目标消费者带来别致的海派黄酒消费乐趣，引领海派黄酒高端化发展

### **（四）热心服务，放心售后**

2021年，金枫酒业持续加强市场管理力度，优化售后服务制度建设，促进售后管理体系服务水平不断提高，并通过多种形式的服务帮助消费者解决售后问题。据统计，2021年顾客满意度为79.19分。

## **六、心系公益 文化传承**

金枫酒业作为海派黄酒龙头企业，肩负传承和发扬中华国粹——海派黄酒的重任。2021年，公司结合产品、营销活动、跨界合作等领域，多维度体现文化经典，传承黄酒文化。同时，在疫情中，公司也身先士卒，展现担当，服务社区，爱心帮扶，以实际行动回馈社会。

### **（一）助力上海环球美食节活动**

2021年，金枫酒业旗下石库门品牌与“寻味魔都·环球美食”上海环球美食节活动合作，让更多上海餐企了解金枫酒业文化，促进及增强产品与餐饮渠道合作。

### **（二）打造枫泾水乡婚典**

作为弘扬中国传统文化，传承民俗风情的特色项目，枫泾水乡婚典是枫泾旅游文化活动的典范。金枫酒业和酒与枫泾旅游公司深入合作，参与水乡婚典细节布置，在场景内展现婚宴中的黄酒文化，使黄酒文化与婚礼相结合，有效传播黄酒文化。

### **（三）冠名“金枫酒业·和酒”太极拳交流赛**

金枫酒业和酒旨在传承千年黄酒文化的同时，也致力于将“和”文化融入中国传统文化的传播和推广，冠名赞助2021年第二届“金枫酒业·和酒”太极拳交流赛。赛事让太极爱好者齐聚一堂，把太极理论的为人处事、修身养性联系起来，体验品和酒交真朋友的道理。

#### **（四）方便消费者，落实社区推广常态化工作。**

无锡振太坚持落实社区推广常态工作，既促进品牌宣传又方便消费者，2021累计开展2429场次的社区推广活动。

#### **（五）“疫”举当先 服从大局**

作为一家国有黄酒企业，金枫酒业时刻牢记国企担当，主动作为。在年度浙江绍兴严重疫情期间，绍兴白塔严格遵守地方政府停工停产要求，顾全大局，克服种种困难，关门闭厂，切断疫情传播。为不影响冬酿旺季，公司积极采取自救，组织酿造车间部分职工全封闭留岗，坚守抗疫一线，勇敢逆行，在保证生产经营的同时，积极贡献抗疫力量。

#### **（六）爱心捐赠 做好帮扶**

乡村振兴，产业先行。绍兴白塔在自身发展同时，积极融入当地建设，开展村企共建，做好帮扶工作。通过“契约化”村企共建，优先用工该村剩余劳动力；利用节日机会，为老党员送去大米、食油等日用品进行慰问。在疫情关键时刻，公司党支部组织党员做义工、党员向街道捐赠10000元，为社区抗疫贡献自身力量。

#### **（七）热心公益 爱心捐赠**

公司热心慈善事业，以实际行动回馈社会，践行人间大爱，不遗余力。2021年，无锡振太向无锡市滨湖区慈善基金会捐款5万，并组织员工参加无偿献血活动，积极弘扬社会正能量，树立关爱生命、奉献社会的价值观。此外，在河南发生洪涝灾害的危急时刻，公司发扬“一方有难、八方支援”的社会风尚，共计为河南灾区捐款6100元。

## **践行双碳，共享绿色**

### **一、节能减排 绿色生产**



“青山绿水，百年大计”。金枫酒业坚持可持续发展理念，积极贡献美丽中国建设，始终坚持贯彻落实《环境保护法》及环保相关法规政策，不断完善环保管理体系，提高员工环境保护意识，大力开展清洁生产，从生产源头控制，减少“三废”排放，辅以末端治理，实现公司经济效益、社会效益、环境效益的协调发展。

金枫酒业结合企业发展战略，将节能、节水和资源的有效利用作为今后绿色生产的主要方向，并制定切实可行的提升计划，为实现“碳达峰、碳中和”目标贡献智慧和力量。

### （一）主要污染物排放标准及浓度

#### 1、石库门公司

序号	污染物排放信息	污染物排放种类	
		生产生活废水	锅炉废气
1	监控指标	COD、氨氮、总磷、总氮、pH	氮氧化物 二氧化硫
2	排放方式	处理后纳管排放	检测合格后排放
3	排放口分布情况和数量	1个	1个
4	排放浓度（限值）	化学需氧量：≤500mg/l 氨氮：≤45 mg/l 总磷：≤8 mg/l 总氮：≤70 mg/l pH：6-9	二氧化硫：≤10mg/m <sup>3</sup> 氮氧化物：≤50mg/m <sup>3</sup>
5	执行的污染物排放标准	上海市《污水综合排放标准》 （DB31/199-2018 表2 三级）	上海市《锅炉大气污染物排放标准》 （DB31/387-2018）
6	核定的排放总量	化学需氧量：379.38 t/a 氨氮：35.5028 t/a 总磷：10.68 t/a 总氮：93.43 t/a	二氧化硫：0.005 t/a 氮氧化物：23.43 t/a

#### 2、绍兴白塔

序号	污染物排放信息	污染物排放种类	
		生产生活废水	锅炉废气
1	监控指标	COD（2017年监控） 氨氮、总氮、总磷	氮氧化物 二氧化硫
2	排放方式	预处理后纳管排放	检测合格后排放
3	排放口分布情况和数量	1个	1个
4	排放浓度（限值）	化学需氧量：≤500mg/l 氨氮：≤45 mg/l 总磷：≤8 mg/l 总氮：≤70 mg/l pH：6-9	二氧化硫：≤50mg/m <sup>3</sup> 氮氧化物：≤200mg/m <sup>3</sup>
5	执行的污染物排放标准	《污水排入城镇下水道水质标准》(GB/T 31962-2015)表1	《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）表2
6	核定的排放总量	化学需氧量：30 t/a	二氧化硫：0.01 吨/年

		氨氮： 2.1 t/a 总磷： 0.48 t/a 总氮： 2.7 t/a	氮氧化物： 1.59 吨/年
--	--	--	----------------

### 3、无锡振太

序号	污染物排放信息	污染物排放种类	
		生产生活废水	锅炉废气
1	监控指标	COD、氨氮、总磷、总氮、pH、流量、悬浮物、五日生化需氧量	氮氧化物 二氧化硫 颗粒物 林格曼黑度
2	排放方式	处理后纳管排放	检测合格后排放
3	排放口分布情况和数量	1 个	1 个
4	排放浓度（限值）	COD： ≤7000mg/l 氨氮： ≤300 mg/l 总磷： ≤40 mg/l 总氮： ≤600 mg/l pH： 6.5-9.5 悬浮物： ≤500 mg/l	二氧化硫： ≤50mg/m <sup>3</sup> 氮氧化物： ≤150mg/m <sup>3</sup> 颗粒物： ≤20mg/m <sup>3</sup> 林格曼黑度： ≤1 级
5	执行的污染物排放标准	《发酵酒精和白酒工业水污染物排放标准》(GB 27631-2011)4.5 条款	GB13271-2014《锅炉大气污染物排放标准》表 3
6	核定的排放总量	PH:6.5-9.5 COD:421 (t/a) 氨氮： 26.3 (t/a) 总磷： 2.63 (t/a) 总氮： 47.36 (t/a)	二氧化硫： 0.073 t/a 氮氧化物： 3.383 t/a 烟尘： 0.308 t/a

#### (二) 制定环境监测方案

公司完善废水、废气排放指标检测体系建设，加强废水、废气排放的监督管理，制定污水排放物监测方案，更好地为减排工作提供数据支持，自觉履行环保社会责任。

##### 1、石库门公司：

监测类型	监测指标	监测方案
在线监测	COD、pH、氨氮、总氮、总磷	在污水总排放口安装在线监测装置，实现实时自行监控体系
日常监测	COD、pH	在厂区各车间设定 8 个废水监测点，每日对指标进行有效监控，实现日常巡检管理体系
月度检测	氮氧化物	每月一次委托资质单位对废气指标进行检测，并出具报告。
季度检测	COD、pH、氨氮、总氮、总磷、BOD、悬浮物、动植物油、色度、溶解性总固体	每季一次委托资质单位对废水 10 个指标进行检测，并出具报告，形成委外季检制度。
半年度检测	臭气浓度、氨、硫化氢	每半年一次委托资质单位对废气指标进行检测，并出具报告，形成委外半年检制度。
年度检测	二氧化硫、颗粒物、烟气黑度	每年一次委托资质单位对废气指标进行检测，并出具报告，形成委外年检制度。

## 2、无锡振太:

监测类型	监测指标	监测方案
在线监测	COD、pH、氨氮、总氮、总磷、流量	在污水总排放口安装在线监测装置，实现实时自行监控体系
日常监测	PH、氨氮、总磷、COD、总氮	质检室自测（按取样分析计划）
月度检测	雨水 COD、悬浮物 锅炉氮氧化物	每月一次第三方检测
季度检测	污水悬浮物、五日生化需氧量 厂界噪声	每季一次第三方检测
半年度检测	臭气浓度、氨、硫化氢、非甲烷总烃	每半年一次第三方检测
年度检测	二氧化硫、林格曼黑度、颗粒物，	每年一次第三方检测

## 3、绍兴白塔

监测类型	监测指标	监测方案
在线监测	COD、pH、氨氮、总氮、总磷	排水公司在污水总排放口安装在线监测设备，实现实时监控体系

## 二、多措并举 绿色发展

1、石库门公司采取集约化生产方式（原枫泾厂区产能转移至石库门厂区），实现资源综合利用，同比吨酒电耗下降了2.5%，吨酒汽耗下降了0.7%，既降低了生产成本，同时减少了碳排放。石库门公司入选工业和信息化部“2021年度绿色制造名单”，是黄酒行业唯一入选的企业。

2、绍兴白塔采用蒸汽发生器替代燃气锅炉，就近安装使用，减少了管道输送中的蒸汽损耗，同比吨酒汽耗降低了12%，同时减少了碳排放。

3、无锡振太启动1000KW分布式光伏发电项目，采用合同能源管理模式，应用清洁能源，进一步降低碳排放，本项目正在实施中。

# 齐心协力，共载荣誉

## 一、企业荣誉

金枫酒业喜获“十三五”中国酒业科技进步特别奖；

## 二、产品获奖

- 和酒冰和荣获 2020 年度“青酌奖”酒类新品
- 石库门海上繁华系列礼盒荣获“上海礼物”品牌产品及“2021 年长三角特色伴手礼”
- 石库门锦绣 12 和金枫撑腰开运酒礼盒荣获“2021 年上海特色旅游食品”和酒品牌荣获“2021 年上海好商标”
- 和酒银标荣获上海市酿酒专业协会颁发的 2021 年度上海市场畅销酒品
- 石库门上海老酒红 6、黑 9 荣获上海市酿酒专业协会颁发的 2021 年度上海酒品市场金樽佳酿

# 未来展望，共酿金枫之美好

2022年是金枫酒业落实《“十四五”战略规划目标》的关键之年，公司将继续在产品生产、技术研究等各方面发挥企业资源与技术优势，筑牢上海市场根基、尝试多元模式经营，加快新零售终端合作，突破传统，大胆尝试，向成为中国“黄酒产业引领者”的企业愿景不断努力。

未来，公司将围绕战略目标在创新方面持续加大投入，“以健康为导向、以适口为标准、以独特性为边界、以跨界融合为延展”产品开发理念，通过挖掘传统品牌产品差异性特点，拓展新口感、新品类，助力公司业绩新增长。同时，公司将着力挖掘黄酒产品价值，升级产业链，提高海派黄酒文化延展性，以现代技术发扬黄酒价值，守正创新，跨界合作，持续为消费者提供多样化的消费体验。

能源革命，任重而道远。在面对碳中和、碳达峰重大战略背景下，金枫酒

业全面贯彻清洁能源、节能减排措施，力争成为环境友好型企业。公司充分关注和维护公司股东、员工、合作伙伴、消费者等利益相关方的共同权益，持之以恒地做行善的实践者和传递者，努力以实际行动回馈社会。

根植社会，责任天下。站在新的征程起点，金枫酒业在经过80余载的坎坷与沉淀后，将以崭新的姿态迎接新时代的朝阳，以长远的眼光和坚定的脚步，迎着梦想的方向闻鼓而进，彰显金枫人不一样的风采。