



# 珍酒李渡集團 2023年

環境、社會與管治 (ESG) 報告

一瓶酒 的ESG之旅



# CONTENTS

## 目錄

### 01 報告導讀

### 03 董事長致辭

### 05 走進珍酒李渡

- 05 一樹三香, 四花齊放
- 06 匠心產品, 大道至簡
- 07 集團ESG亮點

### 12 治理築基 保駕護航

- 13 企業管治
- 15 ESG治理
- 17 風險管理及內部控制
- 21 實質性議題和利益相關者參與

### 23 綠色為源 責任採購

### 29 永續釀造 天人合一

- 30 應對氣候變化
- 41 守護水資源
- 47 污染防治
- 50 員工健康與安全

### 56 質量爭先 包裝從簡

- 57 綠色包裝
- 61 產品質量與責任
- 65 知識產權保護

### 67 飲酒有度 行銷有方

- 68 理性飲酒及負責任行銷
- 71 客戶服務
- 73 數據安全及隱私保護

### 75 以人為本 培育匠才

### 82 心存善念 反哺社會

- 83 文化傳承
- 85 公益事業
- 88 鄉村振興

### 90 附錄

- 90 報告原則
- 91 績效表
- 95 索引
- 96 鑒證報告



# 報告導讀



## 涉及範疇

本報告涉及的內容與珍酒李渡集團的業務覆蓋區域一致，包括珍酒李渡集團及其主要下轄公司（貴州珍酒釀酒有限公司、貴州珍酒銷售有限公司、江西李渡酒業有限公司、江西李渡酒業銷售有限公司、湖南湘窖酒業有限公司及湖南湘窖酒業銷售有限公司）的企業環境、社會及管治責任理念和具體實踐，以及在報告期內的企業運營狀況。

## 時間範圍

2023年1月1日至2023年12月31日

## 發佈週期

本報告為珍酒李渡集團有限公司發佈的第二份ESG報告。發佈週期為每年一期，上期報告涵蓋了2022年1月1日至2022年12月31日期間的ESG工作內容，並已於2023年4月發佈。

## 指代說明

為便於表述，本報告中珍酒李渡集團有限公司簡稱“珍酒李渡”“珍李集團”“集團”或“我們”。

## 數據說明

本報告所引用的數據為截至2023年12月31日的最終統計數據。數據主要來自本公司的內部數據收集系統、統計報告及公開數據。本公司承諾，本報告引述的資料及數據不含任何錯誤記錄、誤導聲明或重大遺漏，並對內容的客觀性、權威性及準確性負責。除非另有指明，本報告所示貨幣金額以人民幣呈列。為進一步確保本報告中內容及資訊的準確性，集團邀請了獨立第三方鑒證機構必維集團對本報告選定的關鍵數據進行了有限鑒證工作。有關獨立鑒證報告及其依據，可查閱本報告附錄章節的鑒證報告。

## 參照標準

本報告主要依據或參考以下各項編製：

- ※香港聯合交易所有限公司（香港聯交所）證券上市規則（上市規則）附錄C2所載ESG報告指引
- ※上市規則附錄C1所載企業管治守則及企業管治報告（企業管治守則）
- ※全球報告倡議組織發布的可持續報告指引（GRI標準）
- ※聯合國可持續發展目標（SDGs）
- ※可持續發展會計準則委員會（SASB）酒行業報告框架
- ※中國酒業協會ESG披露指南

## 語言

本報告以簡體中文、繁體中文及英文編製。如對內容的理解有任何歧義，概以簡體中文版為準。

## 獲取方式

本報告根據股東特定要求發布印刷版（環保墨紙）及電子版。

電子版可登陸珍酒李渡集團官方網站 [www.zjld.com](http://www.zjld.com) 在線上流覽或下載。

閣下如對本報告有任何意見或建議，請發送電郵給予反饋。感謝閣下對珍酒李渡集團有限公司ESG工作的關注與支持。

[www.zjld.com](http://www.zjld.com)

珍酒李渡集團

## 聯系方式

公司名稱：  
珍酒李渡集團有限公司

通信地址：  
香港東區鰂魚湧太古坊華蘭路25號栢克大廈15樓1504室

電子郵箱：  
[esg@zjld.com.hk](mailto:esg@zjld.com.hk)

# 董事長致辭



珍酒李渡集團董事會主席  
吳向東

……將進酒，杯莫停。

與君歌一曲，請君為我傾耳聽。

2023年，珍酒李渡集團迎來了成為港股白酒第一股、中國醬酒第二股、《人民日報》5次點贊的高光時刻；取得了年度營業收入同比增長超20.1%，經調整淨利潤同比增長超35.5%的耀眼成績；也經受了經濟下行，行業格局變化，產品競爭加劇的嚴峻考驗。在充滿機遇與挑戰的大環境下，珍酒李渡集團積極響應國家戰略和社會總體需求，貫徹行業綠色發展理念，全力以赴穩增長、創品牌、防風險、擔責任，為提升白酒行業生命力、競爭力、傳播力做出貢獻，彰顯中國企業社會責任的時代內涵。

2023年，珍酒李渡集團向產品、向品牌、向社會、向未來交上了一份答卷。上市第一年，我們召開22場ESG專項工作會議，完成152項ESG管理提升任務，提前實現四項既定的2025年ESG戰略目標，其中包括：節約水資源、降低碳排強度、綠色包裝及鄉村振興。2023年8月，集團獲得萬得ESG“AA”評級；2023年12月，集團成功入選萬得2023年度中國上市企業ESG最佳實踐100強名單，成為榜單中唯一一家白酒企業，也是唯一一家新上市即獲獎的公司。

## 向產品 我們一絲不苟釀美酒，精雕細琢造產品。

我們秉承工貴其久，業貴其專的匠人精神，“四雙鞋”制度彰顯了我們對美酒釀造細節管理質量的追求。行業多年深耕使我們懂得良好的生態環境是質量的基礎與保障。

生產方面，我們積極回應落實國家節能減排方針。2023年集團通過鋪設屋頂分布式光伏、採購綠色電力證書，提升綠電使用佔比至10%；同時，結合一系列擴產增效及節能減排舉措的落地實施，集團年度範圍1、2溫室氣體排放強度同比2022年下降22.2%。此外，我們積極投入，研發改良設備與技術，各酒廠推行包裝車間水循環、風冷系統替換等節水措施，集團年度取水強度同比2022年下降24.5%。

產品方面，我們大力推廣高端光瓶酒系列產品，落實環保包材替換，注重包裝的循環。2023年集團可回收、可再利用及可降解包裝材質按重量佔比已超過97%；同時，為引領白酒酒瓶回收潮流，我們力推酒瓶回收文創加工項目，共計回收酒瓶11,642瓶。

2023年，貴州珍酒獲評工信部“國家級綠色工廠”稱號，成為5家入選的白酒企業之一。這一殊榮印證了珍酒李渡集團長期堅持生態優先，綠色發展的實踐得到了國家層面的肯定。

## 向品牌 我們耕植文化創品牌、精心策劃搞體驗。

我們堅持打造“三大企業，四大品牌”的三重發展引擎，從產品到品牌，不局限於產能、質量和服務的提升，更專註於文化、精神和責任的承載。

貴州珍酒以融合非遺點翠工藝的全新視覺形象傳遞獨特的消費美學，以加入非遺技藝打造龍年雲錦詮釋珍酒產品對工匠精神的尊重與堅守；李渡酒業作為“中國白酒七子”之一，推動白酒申遺，向世界展現對“千年老窖萬年糟”獨特文化的傳承；湘窖酒業以敢為天下香的壯誌深耕區域市場，不斷發展和壯大。2023年貴州珍酒再次登上胡潤品牌榜單，品牌價值上漲20%。未來，我們將繼續推行珍酒、李渡品牌國際化戰略，持續輸出中國優秀傳

統文化、打造國際化優質白酒品牌形象。

我們邀請超過16萬人次遊客走進廠區，通過珍酒的酒旅精品線路，李渡的酒莊沉浸式體驗，湘窖的封壇大典，讓消費者感受中國傳統白酒釀造技藝及匠心，提高其對產品和品牌的認同。

我們順應白酒行業的“產區”發展趨勢，響應國家發揮赤水河流域醬香型白酒原產地和主產區優勢，建設全國重要的白酒生產基地的號召，貴州珍酒提出就產區聲譽保護製定負面清單，進一步加強產區建設與保護，旨在打造世界級的偉大產區，推動中國品牌建設再上臺階。

## 向社會 我們實實在在做企業、勇擔責任促振興。

我們堅持以人為本，深入車間、深入實際、深入員工，使美好的ESG願景紮根於心。我們做好人才服務保障，不斷完善福利體系，切實保障員工合法權益。2023年集團員工滿意度調查得分4.64/5。我們守住安全底線、築牢安全防線，提高防範化解風險隱患能力。各酒廠通過舉辦急救培訓、開展消防滅火實戰演練，幫助員工有效預防工傷事故，實現集團全年零工亡，工傷時間損失率同比下降27%的好成績。

我們對所有供應商進行ESG風險調查及審閱，實地考察核心供應商並為其提出節能減排及ESG提升建議。我們始終倡導“少喝酒、喝好酒”的理性飲酒理念，積極開展責任飲酒宣傳活動，推動理性飲酒成為社會共識。

我們深入貫徹新國發2號文件精神，通過“公司+基地

+合作社+農戶”的創新合作模式，集團年度僱傭農村戶籍員工6,921人，採購農產品166,828噸。貴州珍酒在遵義下屬12個區縣種植高粱40萬畝，帶動4萬多個農村家庭增收；引進25家配套包材企業入駐遵義，促進本地配套率達90%以上。以一業興帶動百業旺，我們為全面推進鄉村振興發展、促進農村農民共同富裕貢獻了珍酒力量。貴州珍酒入選“2023年中國民營企業社會責任優秀案例”，成為行業社會責任實踐的標桿企業。李渡酒業開展“同心共渡，為愛守護”愛心公益活動，為困境孩子們送溫暖；並亮相第三屆鄱陽湖國際觀鳥季，設立“國寶李渡公益觀鳥點”，以實際行動守護“國寶”白鶴，踐行保護生物多樣性的企業責任。“湘窖·我的大學夢”大型公益助學愛心基金自成立以來，已累計捐款3,300余萬元，幫助6,480名湘籍優秀寒門學子圓夢大學。

## 向未來 時間是最好的朋友。

往昔已展千重錦，明朝更進百尺竿。如今，不論是人與自然和諧共生，還是企業與社會共同繁榮，美好都有了更為具象的定義。作為白酒人，我們更應秉持可持續發展的理念，擁抱萬象之宇，以責無旁貸的態度，捍衛並傳承這份“釀造”的美好。有關集團2023年ESG工作，敬請閱

讀一瓶酒的ESG之旅。放眼未來，我們將繼續探索可持續發展之路，以“成為白酒行業ESG引領者”為目標，堅定不移走生態優先、綠色發展之路，讓集團發展兼顧生態效益、社會效益、經濟效益。

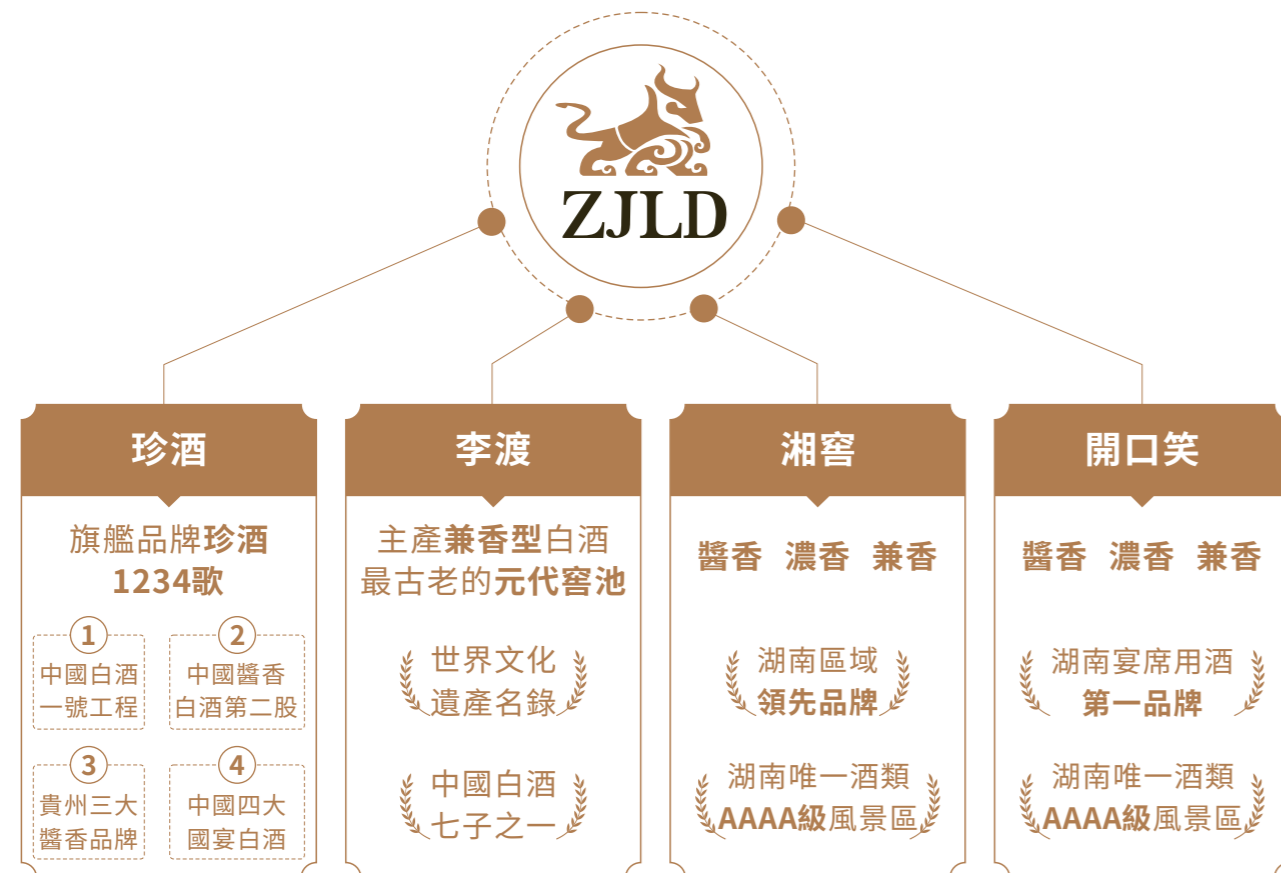
珍酒李渡集團董事會主席  
吳向東

# 走進珍酒李渡

## 一樹三香, 四花齊放

我們致力於傳承千年文化, 讓每一滴瓊漿化作相聚的美好記憶。集團旗下擁有珍酒、李渡、湘窖及開口笑四大品牌, 覆蓋醬香、濃香、兼香三大香型。旗艦品牌珍酒是貴州領先、全國知名的醬香型白酒品牌, 歷史可追溯至 1975 年啟動的貴州茅臺酒易地生產試驗項目, 獨特的品牌故事又被行業稱為“1234歌”, 即中國白酒一號工程、中國醬香白酒第二股、貴州三大醬香品牌和中國四大國宴白酒。2023年, 珍酒儲酒6.5萬噸, 投產4萬噸, 產能規模穩居貴州醬酒企業前三。知名品牌“國寶”李渡起源地是白酒釀造歷史源遠流長的江西李渡古鎮, 主產兼香型白酒, 其擁有中國白酒行業最古老的元代窖池, 於2023年4月與茅臺、五糧液、瀘州老窖等6家國內知名酒企連袂申請“世界文化遺產名錄”, 被合稱為“中國白酒七子”。地區領先品牌湘窖及開口笑聚焦湖南區域, 覆蓋不同香型, 錨定宴席場景, 在當地極具知名度, 其生態文化釀酒城更是湖南唯一酒類AAAA級風景區。

2023年4月27日, 珍酒李渡集團在港交所主板掛牌上市, 股票代碼6979.HK, 是港股白酒第一股、中國醬香白酒第二股, 也是近8年來白酒行業唯一成功上市的企業。



## 匠心產品, 大道至簡

### 珍酒高端光瓶酒系列



珍酒·2013真實年份酒



珍酒·1988紀念酒



珍三十·大金獎紀念酒

### 李渡高端光瓶及簡裝酒系列



李渡高粱1975



李渡高粱1308



李渡高粱1975

### 湘窖高端光瓶酒系列



湘窖龍匠酒·洞藏1號(醬香)



湘窖要情酒·洞藏2號(兼香)



湘窖酒·洞藏3號(濃香)

## 集團ESG亮點

### 一瓶酒的ESG之旅



## 五大ESG戰略目標

2022年初，我們制定了集團層面的2025年ESG戰略目標，希望通過戰略目標為牽引，切實開展ESG工作並提升集團ESG水準。具體而言，集團在碳排放管理、水資源節約、綠色包裝及鄉村振興這四個關鍵議題下制訂了五大ESG戰略目標。截至2023年底，通過兩年不懈努力，我們已經提前完成了其中四項目標，其中包括：

 <b>碳排放管理</b> 節能減排	以2021年為基準，旨在不斷提升用能效率，實現2025年範圍1及範圍2碳排放強度降低 <b>20%</b>	
 <b>碳排放管理</b> 綠色用電	旨在2025年使用 <b>100%</b> 綠色電力(遵循擴大綠電使用的「三步走」策略，目前已使用超10%的綠色電力)	
 <b>水資源節約</b>	以2021年為基準，旨在不斷提高用水效率，實現2025年取水強度降低 <b>20%</b>	
 <b>綠色包裝</b>	以2021年為基準，旨在於2025年前至少使用 <b>95%</b> (按重量計)的可持續包裝材料	
 <b>鄉村振興</b>	以2021年基準，旨在於2025年前推動集團範圍內農村就業人數增加 <b>50%</b> 及上遊農業採購噸數增加 <b>100%</b>	

## 價值鏈ESG亮點



## 我們的部分榮譽

### 集團

- 2023年9月,集團獲得金融資訊服務商萬得(Wind)授予的ESG“AA”評級
- 2023年12月,集團入圍萬得2023年度中國上市企業ESG最佳實踐100強,成為23年度唯一獲得該殊榮的白酒企業
- 納入富時羅素全球股票指數系列(GEIS)的四項重要指數,包括富時環球、富時全球全市場、富時全球總市值和富時全球大盤股等指數
- 納入標普全球BMI指數,受邀參與2024年度標普全球企業可持續發展評估(CSA)

### 珍酒

- 作為白酒行業5家入選的企業之一,獲評2023年度“國家級綠色工廠”
- 榮獲第四屆貴州省省長質量獎提名獎,成為貴州省長質量獎中唯一獲獎的白酒企業
- 成功入選全國工商聯發佈的《中國民營企業社會責任優秀案例(2023)》,成為全國50家入選企業之一
- 榮獲“貴州省誠信示範企業”稱號
- 珍酒·2012真實年份酒獲得酒業創新與投資大賽“年度創新產品”稱號

### 李渡

- 2023年7月,獲評“江西社會責任企業”
- 國際重點農業產業化龍頭企業
- 優秀工業遺產保護利用示範案例
- 智聯招聘2023年度江西最佳雇主
- 超高端光瓶酒“窖齡”系列及“李渡高粱1308·典藏版”等多款產品榮獲繆斯獎最高榮譽—鉑金獎

### 湘窖

- 湘窖“要情·龍匠”摘得2023年比利時布魯塞爾國際烈性酒大獎賽最高獎項“大金獎”
- 湖南省酒業協會社會公益獎
- 湖南省“省級綠色工廠”



## 治理築基 保駕護航

我們深知企業治理是卓越營運的基石。報告期內,我們不斷完善企業治理架構,高度重視企業風險管理及內外部合規,持之以恆地開展董事會層面的ESG提升工作,同時密切關注利益相關方對集團ESG工作的期望與訴求。展望未來,我們旨在持續優化我們的管治制度,不斷提升治理水準,以滿足不斷趨嚴的監督要求,並營造透明、多元及信任的企業環境,為珍酒李渡出品的每一瓶酒保駕護航。





## 企業管治

### 企業管治架構

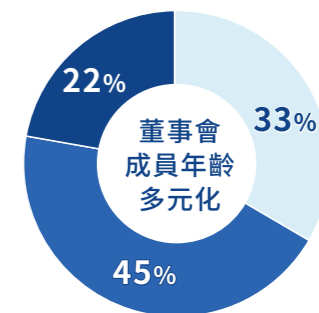
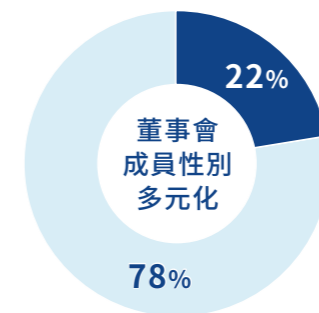
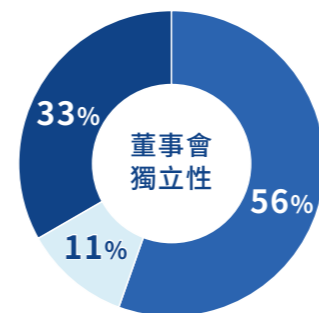
珍酒李渡集團搭建了包括董事會、專業委員會、高級管理層在內的企業治理架構，並以政策制度的形式詳細規定了各治理層的職責許可權、議事規則和工作機制，以維護股東權益，提高治理水準。董事會下設的四個常設委員會包括審核委員會、薪酬委員會、提名委員會和ESG委員會，從不同方面監察集團經營和管理，確保運營合規的同時提高決策質量和執行力。

報告期內，珍酒李渡集團共召開股東大會3次，董事會會議8次，審計委員會會議2次，薪酬委員會會議2次，提名委員會會議1次和ESG委員會會議22次。

### 董事會

我們認為董事獨立性、多元化、專業性對於現代企業治理至關重要。董事會獨立性是指獨立非執行董事在董事會中佔據相關席位以確保董事會決策客觀性，維護股東權益；董事會多元化包括但不限於董事年齡、性別、種族等，董事會多元化有利於提高企業的決策質量，改善企業文化，增強企業創新；董事會專業性有關董事在不同領域的知識、技能和經驗，董事會豐富的專業背景有助於企業決策的科學性，促進企業可持續發展。同時，我們每年舉行股東周年大會，在會上進行董事選舉，確保董事會治理的獨立性及有效性。

珍酒李渡集團出臺了《董事會成員多元化政策》以確保董事會多元化，同時將董事會多元化評估納入提名委員會工作範疇。

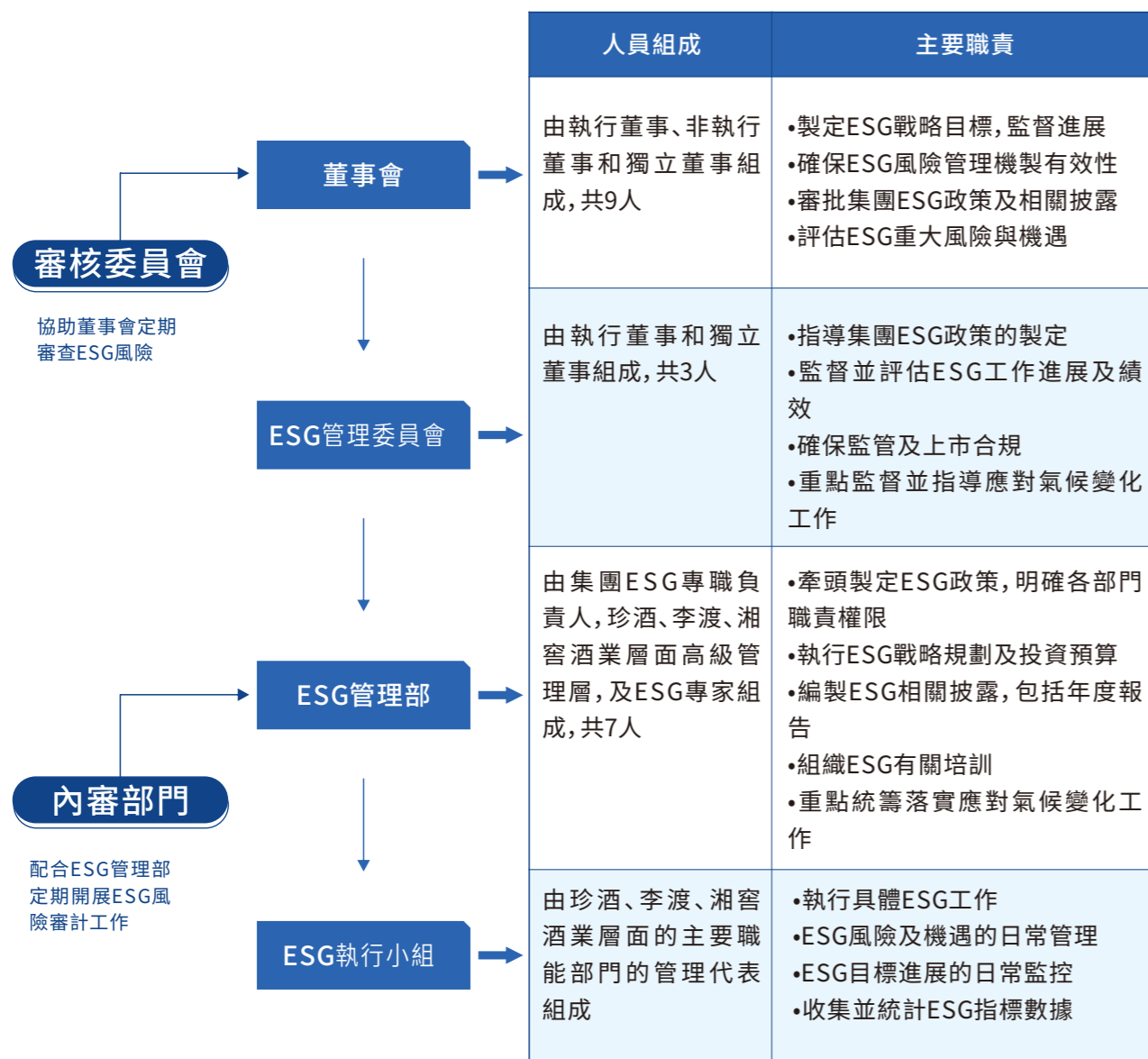


■ 執行董事 ■ 非執行董事 ■ 獨立董事 ■ 女性 ■ 男性 ■ 50歲以下 ■ 50歲至59歲 ■ 59歲以上

董事會成員的多元化背景											
姓名	性別	年齡	董事會職位	專業委員會職位				專長及經驗			
				審核委員會	薪酬委員會	提名委員會	ESG委員會	行業相關	風險管理	環境社會	財務
吳向東	男	55歲	執行董事, 董事會主席	/	/	主席	/	√	√		
顏濤	男	60歲	執行董事, 首席執行官	/	/	/	/	√	√		
朱琳	女	53歲	執行董事, 副總裁	/	/	/	主席	√	√	√	√
羅永紅	男	52歲	執行董事, 財務總監	/	成員	/	/	√	√		√
吳光曙	男	53歲	執行董事, 公司秘書	/	/	/	成員	√	√	√	√
孫錚	男	43歲	非執行董事	成員	/	/	/	√	√		√
戎子江	男	74歲	獨立董事	/	主席	成員	/	√	√		√
李東	男	47歲	獨立董事	主席	成員	/	/	√	√		√
閻極晟	女	44歲	獨立董事	成員	/	成員	成員	√	√		√

## ESG治理

我們認為ESG治理對於ESG工作的順利開展及完善的現代企業管治至關重要。為有效提升ESG事宜的管理水準，為確保ESG戰略目標的順利達成，為持續推進可持續高質量發展，珍酒李渡根據外部監管要求及自身業務特點，形成了全面涵蓋治理層、管理層以及執行層的ESG治理架構。集團董事會將ESG納入董事會討論議題，並對ESG工作承擔整體責任；集團董事、高級管理人員、ESG專業人才等組建形成ESG管理委員會、ESG管理部和ESG執行小組，自上而下層層落實從集團到地方酒廠的ESG管理工作，將可持續發展植入集團日常管理和運營。



集團將應對氣候變化作為本年度ESG重點工作之一，詳細規定了ESG管理部、各酒廠相關部門在應對氣候變化的職責許可權，包括但不限於碳排放量統計、碳排放目標評估與制訂、氣候情景分析、氣候變化風險和機遇識別、緩解計畫制定及落實、氣候變化政策更新等。

為確保ESG治理有效性，我們在報告期內對ESG治理相關的選舉及會議機制進行了政策發佈，詳細規定了ESG管理委員會、ESG管理部和ESG執行小組的人員構成及任期、會議排期和議題、議事規則等，其中要求ESG管理委員會會議每年至少召開兩次，ESG管理部會議每季度召開一次，ESG執行小組會議每月召開一次。同時集團制定了全面的ESG績效考核制度，將中高層級管理人員的薪酬與相關議題的ESG表現及ESG工作相掛鉤，通過激勵措施保障公司長期可持續發展。

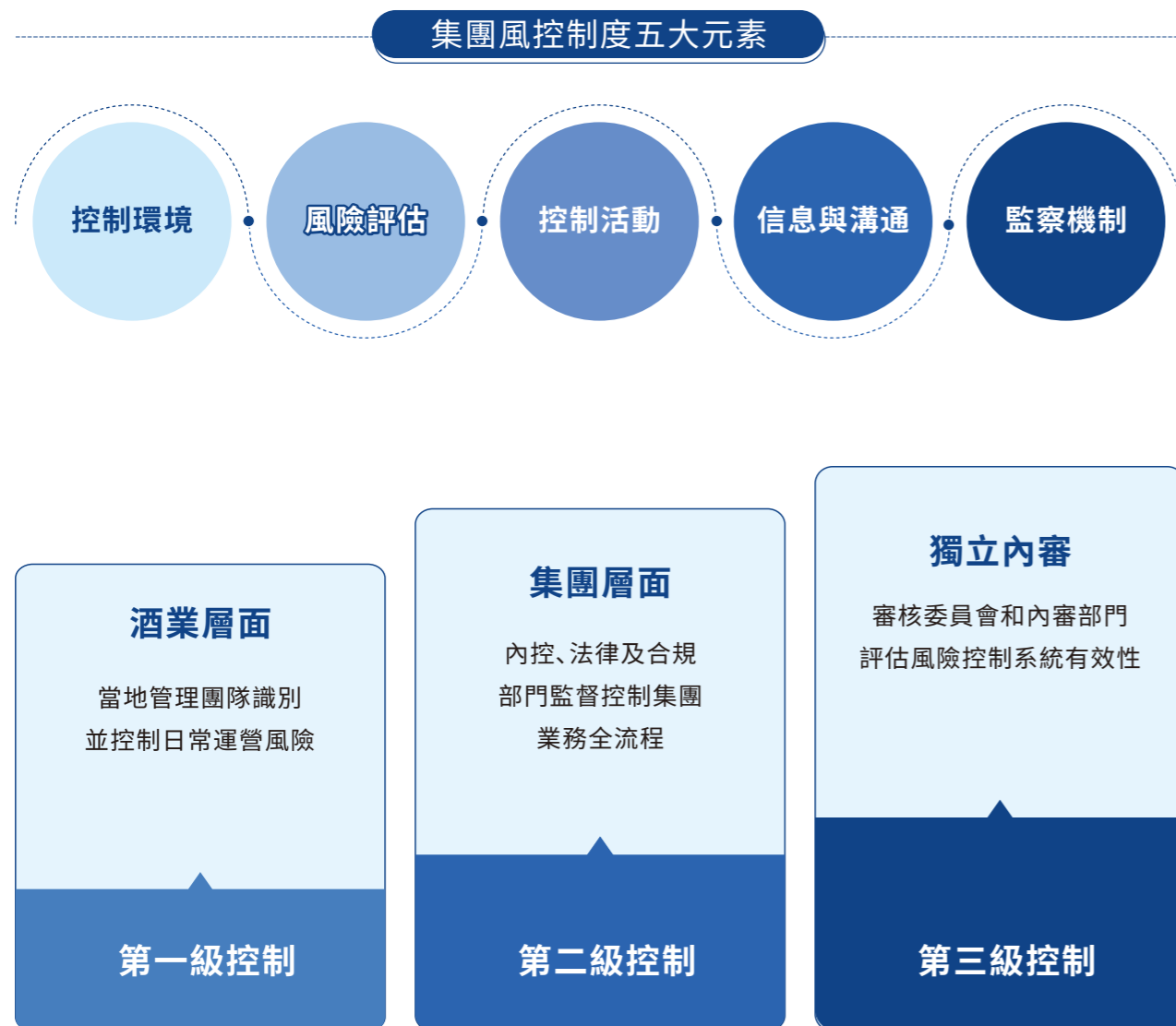


報告期內，我們聘請專業獨立顧問團隊評估公司現有的ESG實踐，根據其專業意見，我們於報告期內調整並完善了集團ESG治理架構和政策流程，制定並實施了各ESG專項提升計畫。

## 風險管理及內部控制

### 風險管理和內部控制

基於外部監管要求和內部管理訴求，我們以香港聯交所企業管治守則和COSO框架為指導，致力於風險管理和內部控制系統的不斷完善。2023年，集團風控制度涵蓋控制環境、風險評估、控制活動、信息與溝通、監察機制五大元素，重點關注領域包括但不限於公司治理、採購、生產、銷售、財務管理、人力資源管理、資產管理、合同管理，風控流程全面涵蓋風險識別、風險評估、風險應對、風險監控及報告、風險預警。同時在原有風險管理和內部控制體系的基礎上，我們完善了“酒業-集團-獨立審計”三層級的風控體系，各層級風險管理的工作範疇和內容各有側重。



珍酒李渡集團風險管理和內部控制相關政策包括但不限於《風險管理辦法》、《合規管理制度》、《違規違紀行為處理暫行辦法》、《法律事務報告流程》、《審計制度》。

## 商業道德

我們將商業道德作為企業管治的重要課題之一，在嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國刑法》等相關國家政策的基礎上，圍繞反貪腐、反壟斷與公平競爭、反洗錢、數據隱私保護、知識產權保護等出臺了一系列管理制度，並開展了相關培訓。董事會下設的審核委員會對集團所有運營層面的相關道德標準進行每年一次的定期審計，並對集團商業道德事宜進行全面監督。商業道德相關規定也被納入員工手冊，全面保證公司商業決策的公平性、誠實性及員工行為的合規性。我們對任何違反公司商業道德規定的行為零容忍，對涉事人員的處理方式包括罰款和解雇。



我們為包括實習生、兼職員工、合同工、正式員工、高級管理人員、董事在內的所有員工及業務合作夥伴提供全面的商業道德培訓課程。2023年集團舉辦反貪污與賄賂培訓共計6場，每場1小時左右，100%覆蓋我們的董事、高級管理層及珍酒、李渡、湘窖員工，通過培訓宣導我們的《反腐敗反商業賄賂管理制度》及相關防範措施。2023年，我們通過線上線下結合的方式，為集團內主要接觸客戶隱私數據的銷售、市場及信息部門員工提供信息安全相關知識培訓，覆蓋率接近100%。



我們定期組織開展反腐敗反商業賄賂等制度和工作的有效性評估，2023年珍酒李渡集團無因腐敗、壟斷、數據泄露等被起訴之案件。

政策及程序	控制目標
《反腐敗反商業賄賂管理製度》	禁止僱員向任何第三方(包括政府官員、客戶及供應商)提供未經授權的付款,例如賄賂、回扣或其他利益輸送,以獲得或回饋不正當利益。僱員不得收受或索求任何相關未經授權的付款,亦不得進行其他不當或非法行為,如挪用公款、敲詐勒索、欺詐、洗錢等。
《反壟斷合規管理製度》	防範反壟斷與反不正當競爭合規風險,樹立依法經營形象,保障公司持續健康發展。
《反洗錢管理製度》	建立健全可疑交易人工識別流程,杜絕員工參與或實施任何洗錢活動,定期評估洗錢和恐怖融資的風險。
《知識產權管理製度》	保護集團持有的知識產權,增強員工的知識產權法律保護意識,維護集團無形資產的合法權益。
《利益沖突管理製度》	切實防範公司董事、監事、高級管理人員及員工與公司之間的利益沖突,防止損害本公司及股東利益的行為發生。
《負責任營銷管理辦法》	確保集團與利益相關方溝通、推廣和營銷產品和服務時是以負責任的方式進行,心系消費者福祉,保護消費者合法權益。
《貿易製裁合規管理製度》	规范公司经营活动,防止违反贸易制裁法律法规的行为发生,有效防范和应对国内外贸易政策风险,实现合规经营。
《數據安全與隱私保護管理製度》	確保業務數據及客戶隱私安全,為業務夥伴和消費者負責。

我們建立起了全面覆蓋集團各層級、報告渠道多樣的投訴舉報機製,方便僱員及業務合作夥伴對不合規或不道德的商業行為進行及時舉報。我們鼓勵對任何可疑的不當行為進行舉報,並以保密方式及時處理所有舉報案件。調查人及相關人不得泄露任何調查信息,並應控制信息知曉範圍,保障被調查人的基本權利。保護舉報人是我們舉報製度的重要組成部分,我們對報復舉報人的行為採取零容忍態度。對查證屬實的舉報投訴,按集團規定對舉報人予以獎勵。

### 各品牌舉報中心

	珍酒	李渡	湘窖
舉報熱線	+86 133 1319 5953	+86 4008 551 308	+86 185 6522 7350
信箱	珍酒辦公樓2樓內審部	李渡辦公樓1樓前臺接待處	湘窖辦公樓1樓前臺接待處

受理及登記投訴,確保舉報渠道的暢通及舉報人的隱私保護

### 各品牌督察團隊

調查案件細節
➔
出具處理意見
➔
跟進處理結果

### 審計督察部

珍酒李渡集團有限公司

電子郵箱: [complaint@zjld.com](mailto:complaint@zjld.com)

制定檢舉政策和相關工作機制,接受案件彙報並整體監督,調查並跟進重大舉報案件

## 實質性議題和利益相關者參與

### 實質性議題評估流程

ESG議題多樣繁雜，為回應內外部利益相關方的有關要求並高效有序地開展ESG工作，集團結合自身業務特點、戰略目標、同行業優秀實踐、國際可持續發展趨勢、監管要求、專業機構研究結果等，形成寬口徑ESG議題清單；通過同利益相關方的訪談、會議及問卷調研等，我們明確了對於公司利益相關方而言重要的ESG議題，將寬口徑ESG議題清單進行進一步縮減；圍繞「內部影響」和「外部影響」兩個維度，我們對ESG議題重要性進行排序，形成年度實質性議題矩陣，按優先順序推進ESG工作。

#### 回顧

- 回顧上一年實質性議題識別過程與結果
- 分析集團主要價值觀、政策、戰略，核心能力及優勢，以及直接財務影響
- 關注同業競爭對手ESG議題及未來發展方向
- 研究行業主要議題、國家政策、市場趨勢，國際協議或自願性協議，參考專業機構識別的ESG風險或機遇

#### 識別

- 識別內部利益相關方（如員工、高級管理層）和外部利益相關方（如投資者、消費者、供應商、監管機構、媒體等）
- 根據集團自身業務特點、戰略目標、同行業優秀實踐、國際可持續發展趨勢、監管要求等，形成寬口徑ESG議題清單

#### 溝通

- 通過訪談、會議、問卷等多種方式，與識別出的利益相關方保持密切溝通
- 我們實質性議題調查問卷對象包括：
  - 股東/投資者
  - 董事/高級管理層
  - 客戶/消費者
  - 合作夥伴/經銷商/供應商
  - 公司員工
  - 社區及非政府組織

#### 分析

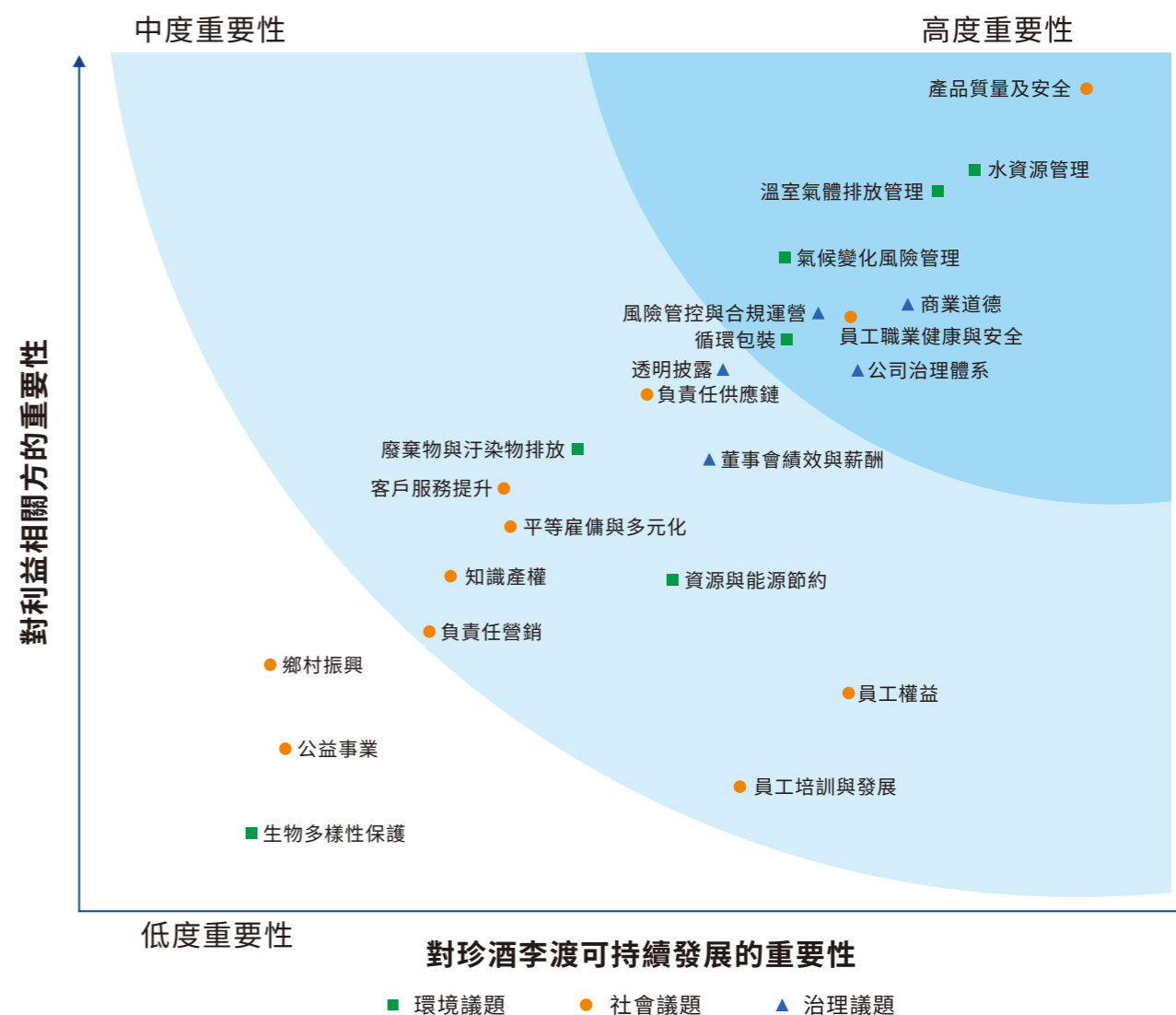
- 分析並討論訪談、會議及問卷調查結果，將寬口徑ESG議題清單進行縮減
- 圍繞「內部影響」和「外部影響」兩個維度，對ESG議題重要性進行排序
- 集團內外部專家對實質性議題識別及排序結果再次進行驗證
- 形成實質性議題矩陣

### 實質性議題矩陣

### 實質性議題矩陣

根據對集團業務發展、戰略規劃、同行業實踐、國際可持續發展趨勢以及集團利益相關方期望等，我們在上一年度評估結果的基礎上更新了各實質性議題重要性，形成了以下實質性議題矩陣，其中高度重要議題9個、中度重要議題11個，一般議題3個。

珍酒李渡集團2023年實質性議題矩陣



高度重要議題		中度重要議題		一般議題
公司治理體系	循環包裝	董事會績效與薪酬	員工培訓與發展	生物多樣性保護
風險管控與合規運營	員工職業健康與安全	負責任供應鏈	平等僱傭與多元化	鄉村振興
商業道德	產品質量及安全	透明披露	客戶服務提升	公益事業
氣候變化風險管理		資源與能源節約	知識產權	
溫室氣體排放管理		廢棄物與汙染物排放	負責任營銷	
水資源管理		員工權益		



## 綠色為源 責任採購

千畝高粱垂紅穗，顆粒歸倉好「豐」景，一瓶珍酒李渡白酒的ESG之旅始於田間一粒一粟糧谷的播種與豐收。歷經時間的饋贈，紅纓子高粱、富硒大米和優質小麥等農作物通過繁復的工藝製成基酒，經過漫長的窖藏與精心的勾調，最終灌裝進我們精心設計與嚴格選購的酒瓶中。我們深知，從一粒糧食到一滴酒的過程中，每一位供應商對待其產品、客戶、員工、環境和社會的態度，不僅將決定其供貨的質量和穩定性，還會對集團產品乃至整個社會帶來深遠影響。因此，我們高度重視供應鏈管理工作，旨在協同供應商夥伴一道建立負責任的供應體系，共織一張高品質、有韌性、可持續的綠色供應鏈網絡。



## 我們的政策

### 供應商準入資格認定管理辦法

我們製定了嚴格的供應商準入政策，要求供應商夥伴在確保合法合規的前提下，通過全面的供應商準入評估後方可入庫。除對質量、交期及價格方面的考量外，供應商準入考核還囊括了供應商在社會責任、環境管理、商業誠信等方面的日常實踐及表現，並要求內審部門對整體供應商選聘流程進行全面監督。

### 反腐敗反商業賄賂管理製度

我們明確規定所有供應商必須遵循集團反腐敗反商業賄賂相關政策製度，並要求所有供應商建立內部反腐敗政策和監督機製以確保合規，同時要求各家供應商在簽署正式合同並開展合作前，均須簽署《廉政責任書》。

### 採購管理辦法

在規範採購管理、控制採購成本以及保證採購品質的同時，我們加強對供應商社會和環境相關風險進行過程管理。《採購管理辦法》要求集團聯采部牽頭、ESG管理部、安環部、內審部等部門配合，每年對供應商進行ESG工作問卷調查及實地走訪，對僱傭合規、健康安全、能源管理、汙染治理及商業道德相關風險進行全面涵蓋和有效管理。

## 我們的目標

我們設立了有關負責任採購的2024年KPI，並納入ESG平衡計分卡對相關責任人進行考核：

旨在對100%核心供應商進行ESG風險問卷評估及實地ESG考核

旨在對100%非核心供應商進行ESG風險問卷評估，對有相關風險的供應商進行實地考核

旨在對不少於10家核心包材供應商進行碳排放管理和用水節約方面的輔導與賦能，同時對其設定降低碳排及節約用水的年度目標並進行考核。

## 我們的行動

### 供應商數字化管理系統

2023年，集團建成並投用採購管理平臺，上線運行原糧基地管理系統、物資供應管理平臺、包裝生產計劃管理系統、倉儲物流系統，使集團採購業務全平臺數字化、採購管理透明化，採購流程規範化、程序化、信息化。

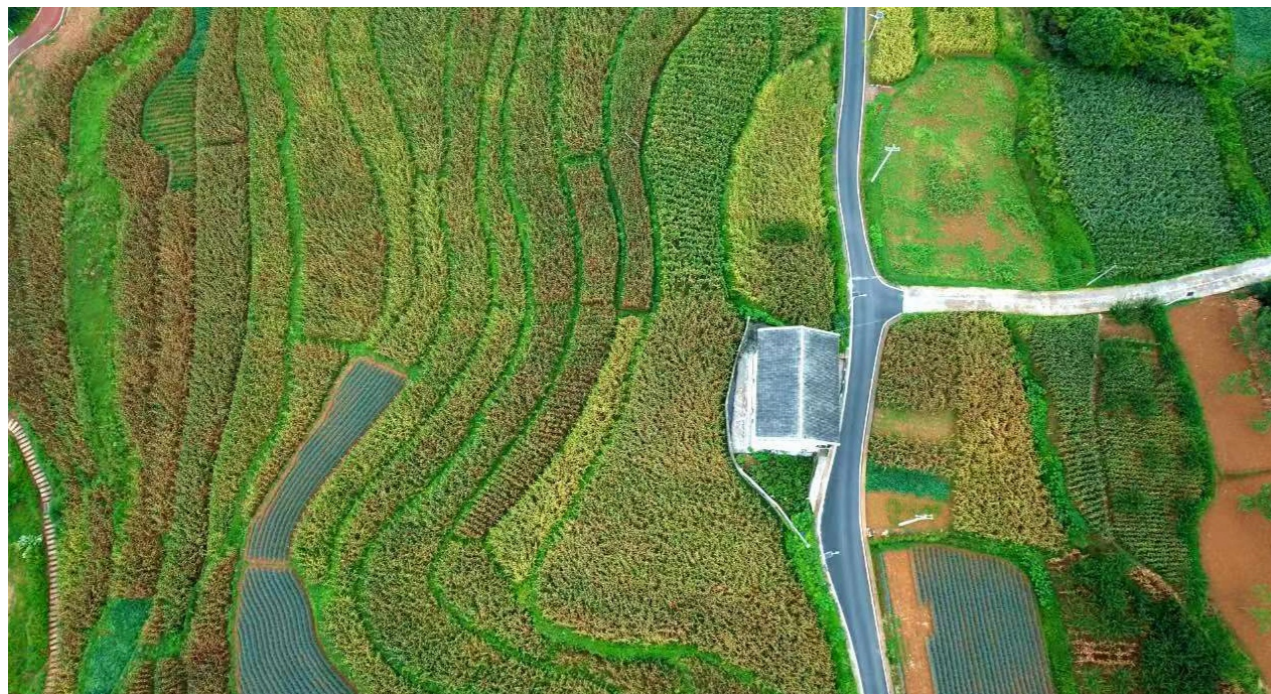


### 供應商分級管理與供應鏈安全

我們將173家入庫供應商按照物資、設備、技術、服務等維度進行橫向分類，如糧食經銷商、包材供應商等。同時結合其資質信息、歷史合作情況等，我們將供應商進一步分為核心供應商和非核心供應商。對於核心供應商，我們亦深知其供應穩定性對我們持續運營的重要性；因此，就集團主銷產品所使用的主要包材，我們均邀請多個核心供應商進行打樣及試生產，確保在其中一家供應出現問題時，集團的生產運營免受影響。

### 本地化採購

我們充分利用本地供應商資源，降低物流成本的同時，也減少了運輸路徑過長導致的額外碳排放。目前在集團主要運營區域所在地區（華東地區、華中地區、西南地區）合作供應商占總供應商數量的66%，採購金額達到166,819萬元，占總採購金額的96%。



珍酒李渡高粱種植基地

### 供應商准入

參照集團《供應商准入資格認定管理辦法》，我們每年對潛在供應商進行ESG准入評估，從環保、質量表現、生產安全、僱傭合規、社會責任等維度對其進行全面考察，供應商通過ESG准入評估後方可入庫。評估過程中，任何牽涉人權問題（如僱傭童工或強製勞工等）或接受過嚴重環境處罰的供貨商不予考慮，而在節能減排、使用清潔能源方面表現突出的供應商將會在招標流程獲得集團的一定傾斜。

### 供應商ESG管理與評估

為確保集團供應鏈ESG合規，採購部參照集團《採購管理辦法》，借助安環部、人力資源部、內審部及外部顧問協助，共同製定供應商ESG風險調查問卷，組建供應商ESG審查團隊。

#### 核心供應商

2023年，我們對100%存續供應商開展ESG審查。對於核心供應商，我們對其法律法規的遵守情況（如環保監管重大處罰、童工或強迫勞動）、環境和社會方面提升舉措（如節能減排、職業健康安全、員工福利等）及管治情況（如反貪汙腐敗、公平競爭等）進行考核，同時實地走訪，以確保供應商提供的信息真實準確。對於節能減排、使用清潔能源方面表現突出的供應商將會在供應商年度考評中獲得加分，進而正向影響合同續約及後續合作。

#### 非核心供應商

對於非核心供應商，我們主要審核重大風險事項。如若發現以下任何ESG相關風險，我們將立刻終止與該供應商的合作。

近三年來受到環保監管重大處罰（處罰金額大於等於人民幣50,000元或要求停產停業進行整頓）

存在使用童工、強迫勞動勞工、或要求員工在受雇起始時繳納押金或扣押個人證件的情況

存在嚴重合規問題，包括但不限於欺詐、洗錢、賄賂、回扣或其它利益輸送

2023年我們在非核心供應商評估過程中，未發現上述重大風險。

## 供應商ESG賦能

為了與供應商一同實現價值鏈可持續發展，珍酒李渡集團ESG管理部負責人、各酒廠安環部負責人、生產設備部負責人及外部ESG諮詢顧問共同組建形成了「供應商ESG賦能提升團隊」，了解供應商能耗水耗，深度考察各供應商生產工藝及設備情況，憑借專業知識和豐富經驗，幫扶識別其節能減排空間，進一步提升供應商ESG表現。

2023年，供應商ESG賦能提升團隊實地走訪了4家核心供應商，在識別其ESG管理現狀的基礎上，共提出了18條節能減排以及16條ESG能力提升的指導建議，並為其提供配套ESG管理培訓。

我們致力於通過自身的影響力將節能減碳理念推廣落實至上遊供應商，攜手共促價值鏈綠色低碳轉型。在對4家核心供應商實地考察走訪期間，我們深度調研了各家供應商的生產工藝及設備情況，基於其碳排放量統計數據及生產運營流程，協助供應商製定了相應的節能減排建議方案及定量目標。

在水資源管理方面，我們積極向供應商傳遞節水理念並分享節水經驗和技術，穩紮穩打逐步提升供應鏈用水效率。對於實地走訪的4家核心供應商，我們基於其用水現狀分別提出了針對性應對措施和節水建議，並幫助他們設定節水目標。

2023年  
實地走訪  
4家核心供應商  
提出  
18條節能減排指導建議  
提出  
16條ESG能力提升建議

### 案例 美新玻璃採納了我們提出的ESG提升建議，並製定了2024年節能減排計劃

2023年10月10日，我們的供應商ESG賦能提升團隊實地走訪了珍酒李渡集團核心供應商之一，貴州美新玻璃製品有限公司。我們的團隊在了解其車間生產工藝、設備及用能情況後，提出了以下節能減排建議：

空壓機余熱導入車間以節省冬季供暖能耗	貼花流水線集中預加熱瓶子以節約電耗
研究自有變壓器容量轉需量可行性	探索屋頂光伏項目可行性
廠區內電叉車替代柴油叉車	

同時，結合珍酒李渡自身的ESG實踐情況，我們為美新玻璃製定了以下目標：

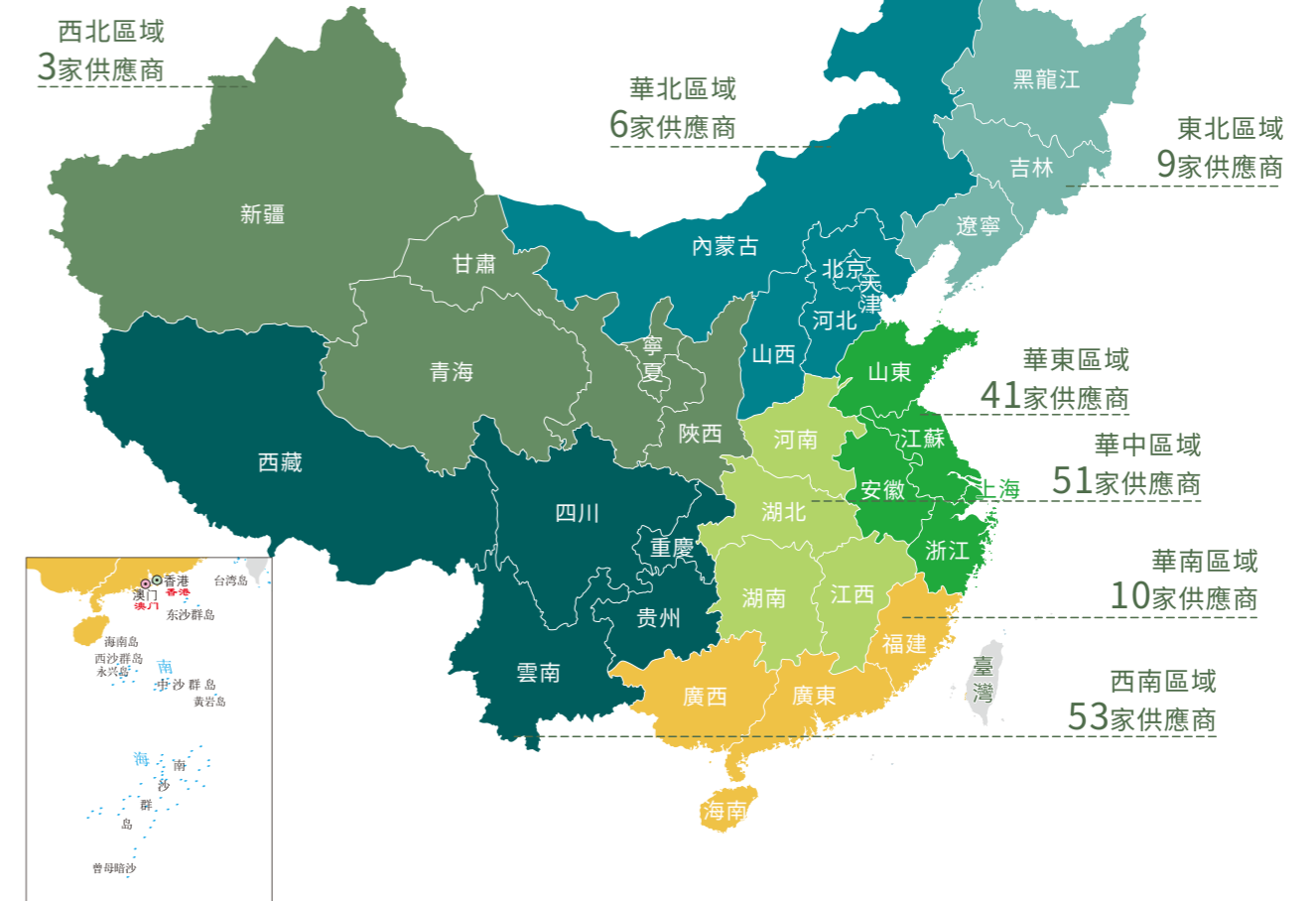
2024年度 每萬元產值所對應的用電 同比2023年降低 <b>2%</b>	2024年度 每萬元產值所對應的用水 同比2023年降低 <b>2%</b>	2024年度 柴油總用量(升) 同比2023年減少 <b>25%</b>
--	--	--



2023年11月，美新玻璃反饋，除自有變壓器容量轉需量與光伏項目需園區統一審批、暫時無法執行外，集團提出的其他提升建議及目標均被採納。

## 我們的關鍵績效指標

### 主要供應商營運分布



所在區域	主要供應商數量	所在區域	主要供應商數量
華東	41	東北	9
華北	6	西北	3
華中	51	西南	53
華南	10		
總計: 173			

### 主要供應商ESG審查情況

供應商類型	供應商數量	覆蓋範圍	重大ESG風險	提出ESG相關改進建議
核心包材供應商	67	100%	0	180
非核心包材供應商	106	100%	0	-

### 核心供應商ESG賦能情況

賦能供應商數量	ESG能力提升建議	節能節水建議
4	16	18





## 永續釀造 天人合一

端午製曲，重陽下沙。天地人和造就一粒糧食到一滴佳釀的嬗變，一瓶珍酒李渡白酒的誕生是天人共釀的成果。我們致力於釀造源於自然、回饋自然的良心好酒，在生產過程中協同推進減污降碳，積極應對氣候變化，守護綠水青山。同時，我們高度重視安全生產，將員工的健康安全放在首位，追求人與生態層面的可持續釀造。



## 應對氣候變化

氣候變化正在持續深刻地改變白酒行業的發展邏輯，對於白酒生產所需的農產品和水資源產生直接影響，也給我們的業務和運營帶來了前所未有的挑戰。珍酒李渡高度重視氣候變化對於公司生產運營產生的影響，積極採取一系列氣候行動，與員工、供應商、顧客等利益相關方攜手抵禦氣候變化帶來的沖擊，增強企業的氣候風險應對韌性，並積極抓住應對氣候變化帶來的機遇。

### 我們的政策

我們於本年度更新了《應對氣候變化政策》。該政策描述了集團減少溫室氣體排放的戰略目標及達成目標所採取的方法。該政策由集團ESG管理部負責製訂，由董事會批准，並將根據法律法規、公共政策、行業最佳實踐及集團可持續發展戰略需要進行及時更新，ESG管理部同時確保該政策至少每三年審查一次。同時，為進一步落實《應對氣候變化政策》，集團製定了《能源管理政策》，要求各酒廠通過掌握用能數據、節能改造、使用清潔能源、淘汰落後產能等十個方面響應集團的低碳減排號召。

### 我們的目標

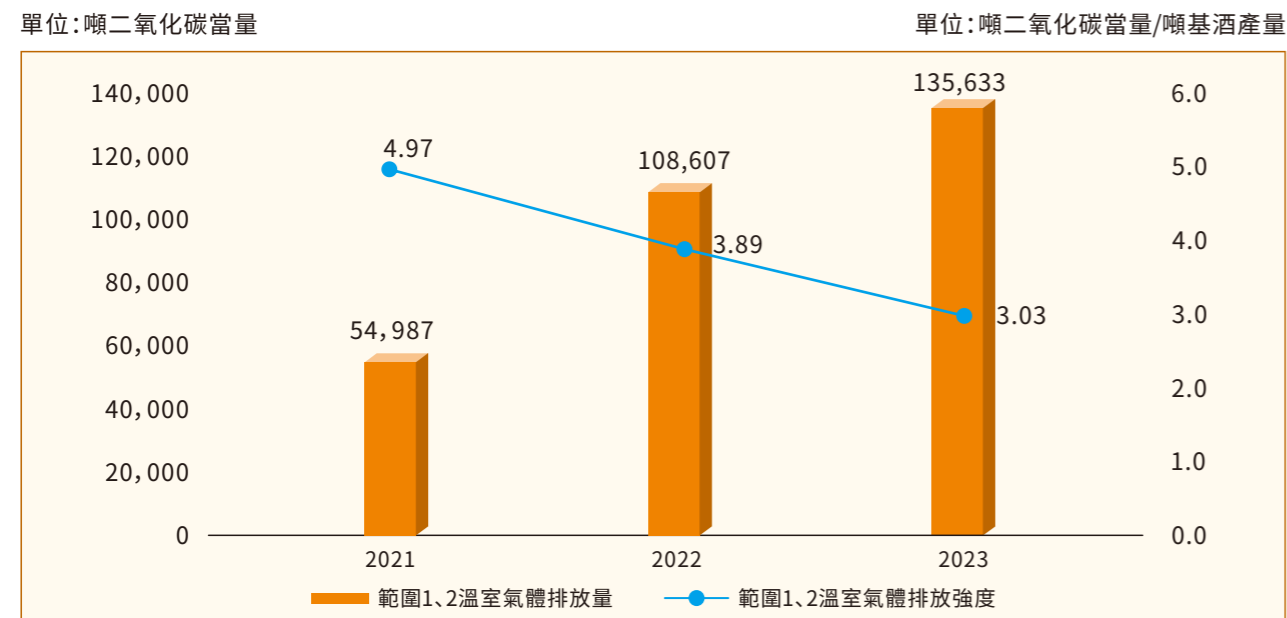
在過去的一年裏，我們通過推進屋頂光伏建設、加強能效管理、採購新能源車等節能減排舉措，已提前兩年完成將直接業務（範圍1和範圍2）碳排放強度較2021年降低20%的減碳目標，並實現了集團範圍內使用10%可再生電力的階段性目標，為實現2025年「100%使用可再生電力」的戰略目標奠定基礎。

欣喜於我們取得的成績的同時，作為一家有擔當的企業，我們決定進一步提升我們應對氣候變化的雄心，承諾自身運營層面（範圍1和2）於2030年實現碳達峰，2050年實現淨零排放，積極響應國家「雙碳」戰略目標，並竭力支持《巴黎協定》1.5°C溫控目標。



## 我們的碳足跡

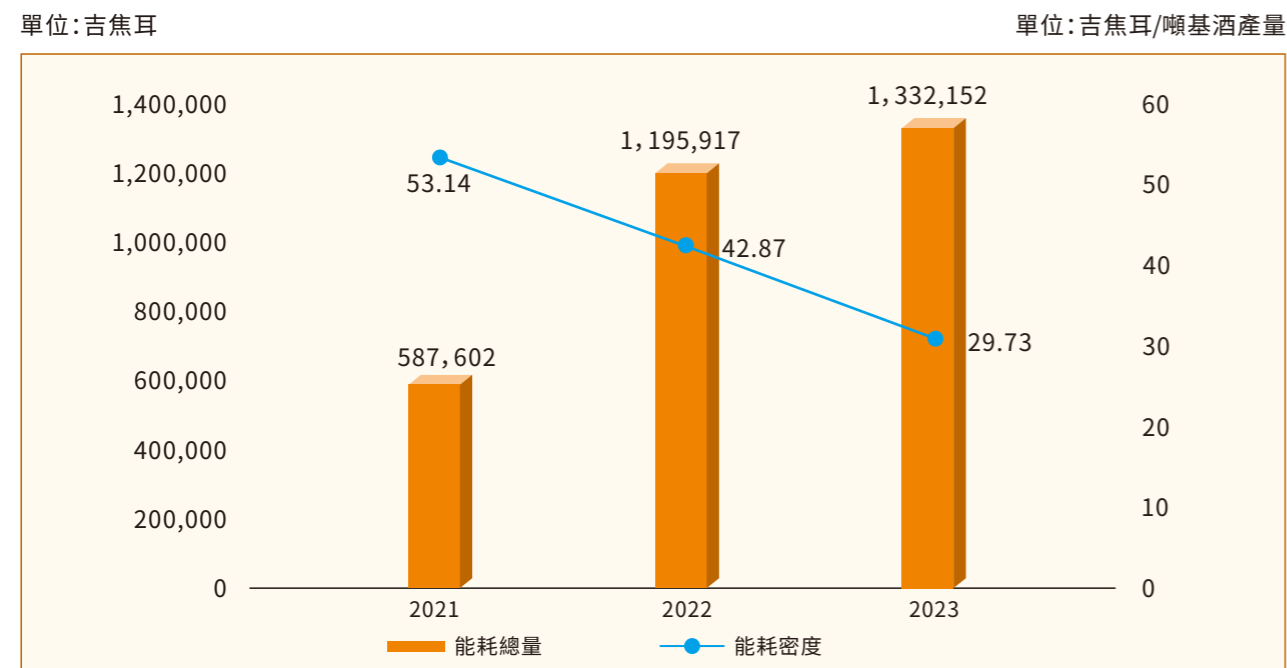
### 2021-2023年範圍1、2 溫室氣體排放量及排放強度



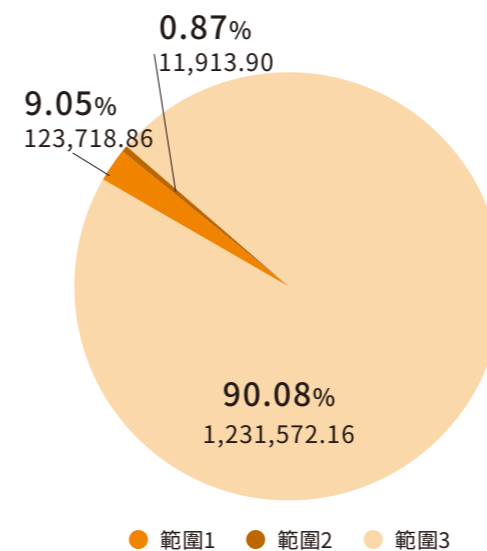
註1:圖中數據為基於市場的範圍1、2溫室氣體排放量和排放強度,統計範圍主要涵蓋自有設備的天然氣、柴油和汽油消耗、污水處理過程中的甲烷逸散以及外購電網混電的使用等。2021年及2022年範圍1、2碳排數據補充涵蓋了甲烷逸散數據,數據基於當年廢水排放量及2023年廢水排放中COD去除量估算。

註2:碳排因子取自《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》以及中華人民共和國生態環境部發布的《企業溫室氣體排放核算與報告指南 發電設施》及《2021年電力二氧化碳排放因子》。

### 2021-2023年能耗總量及強度



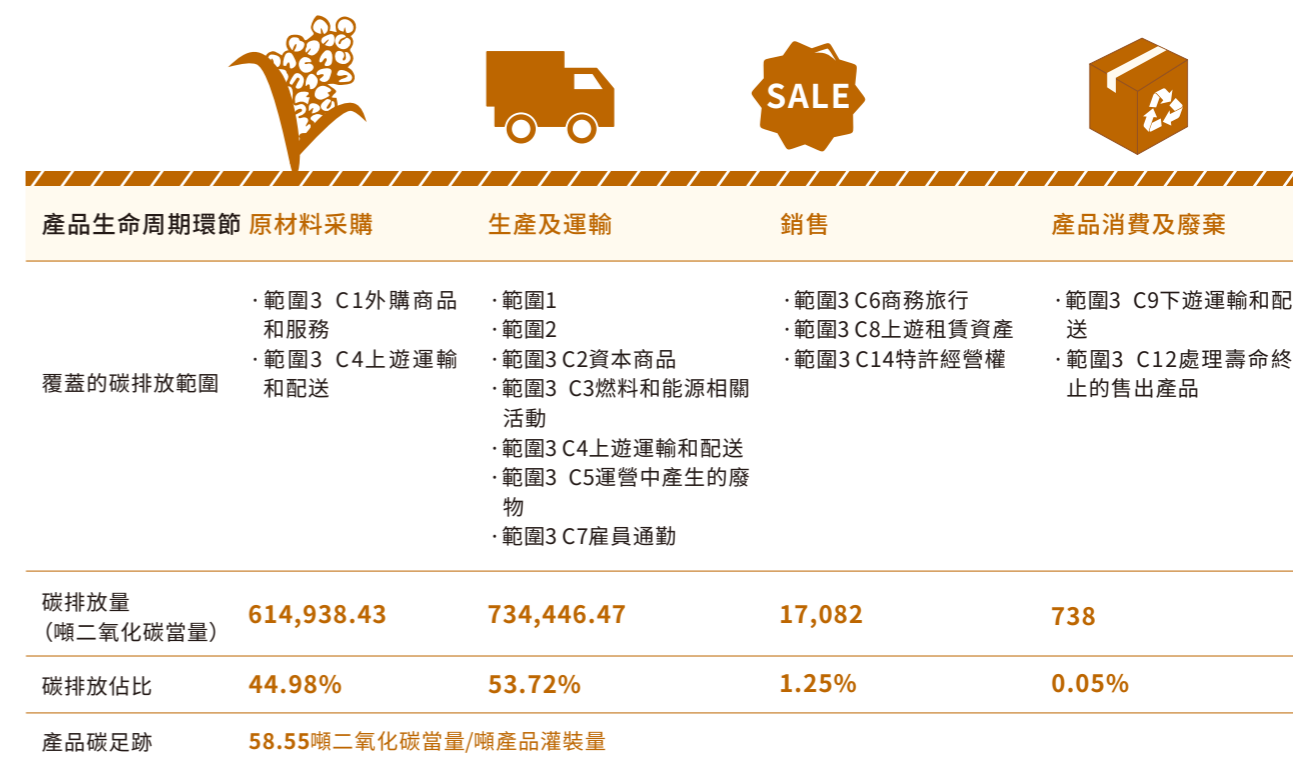
### 2023年按範圍1、2、3分類的溫室氣體排放量及佔比



	範圍1	範圍2 (基於市場)	範圍3
排放量 (噸二氧化碳當量)	123,718.86	11,913.90	1,231,572.16
排放佔比	9.05%	0.87%	90.08%

注:範圍3覆蓋與珍酒李渡集團業務相關的11個類別,分別為“C1外購商品和服務”“C2資本商品”“C3燃料和能源相關活動”“C4上游運輸和配送”“C5運營中產生的廢物”“C6商務旅行”“C7雇員通勤”“C8上游租賃資產”“C9下游運輸和配送”“C12處理壽命終止的售出產品”以及“C14特許經營權”。

### 產品碳足跡



注1:根據GHG Protocol《企業價值鏈(範圍三)核算與報告標準》的定義,上游運輸指珍酒李渡集團在2023年購買的運輸和配送服務,包括進貨物流和出貨物流,因此由我們付費的原材料、包材及成品運輸而產生的碳排劃歸為“C4上游運輸和配送”,消費者從線下門店購買我們的產品而產生的交通碳排為“C9下游運輸和配送”。

注2:珍酒李渡集團銷售的產品為成品白酒,為最終產品,無需進行加工,無產品售出後加工相關排放,因此不涉及“C10售出產品的加工”。

注3:消費者飲用我們的白酒,不消耗能源,不產生碳排,因此不涉及“C11售出產品的使用”。

注4:對於珍酒李渡集團而言,“C12處理壽命終止的售出產品”主要為處理不可回收包材(如陶瓷瓶)而產生的碳排,我們正大力推動以可回收的玻璃瓶替代陶瓷瓶,以進一步降低產品廢棄環節的碳排放量。

## 我們的行動

### 氣候變化風險與機遇評估

我們參照氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)建議的框架,通過開展年度氣候情景分析,識別並評估氣候變化相關風險和機遇,深入瞭解其對集團業務運營和價值鏈的影響。集團董事會下設的ESG管理委員會在報告期內根據分析結果共識別出了4項物理風險和4項轉型風險,並制定相應的減緩措施。同時,我們還識別出了2項氣候相關機遇並制定了相應的響應計畫。

風險類別	風險名稱	風險描述	影響周期	減緩措施
物理風險	極端高溫	<ul style="list-style-type: none"> <li>極端高溫環境下需要耗用更多水和電冷卻溫度敏感的設備,同時各酒廠的冷卻系統效率降低,造成額外運營開支;</li> <li>極端高溫環境影響酒曲微生物生長環境,對基酒質量穩定性產生負面影響</li> <li>極端高溫影響集團員工的工作效率及身體健康,可能造成醫療費用、高溫補貼等支出增加;</li> <li>極端高溫加劇糧食危機,影響集團供應鏈穩定性,導致原材料農作物的價格上漲或商品供應和庫存面臨挑戰,進而對食品安全和品質帶來挑戰</li> </ul>	短、中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>已實施:實施高溫工作的安全健康措施,避免極端高溫對人員造成的傷害</li> <li>已實施:與農戶合作建立種植基地,通過提前簽約、定向採購、種植指導,確保供應鏈穩定性</li> <li>正在實施:改良相關設備技術,避免極端高溫對熱敏感的設備產生影響</li> <li>正在實施:建設天氣(溫度、濕度和風速、蒸發量)的監測系統,做出極端高溫和熱應力指標的提示,使工作人員能夠提前應對極端高溫風險</li> <li>正在實施:在生產車間屋頂大面積鋪設分佈式光伏面板,降低高溫天氣下的車間內環境溫度</li> </ul>
物理風險	水資源短缺	<ul style="list-style-type: none"> <li>日益嚴重水壓力對集團持續生產白酒的能力產生負面影響,供水不穩定使酒廠面臨運營中斷的風險;</li> <li>極端幹旱環境影響酒曲微生物生長環境,對基酒質量穩定性產生負面影響</li> <li>水資源短缺加劇糧食危機,影響集團供應鏈穩定性,導致原材料農作物的價格上漲或商品供應和庫存面臨挑戰,進而對食品安全和品質帶來挑戰</li> </ul>	中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>已實施:在生產層面持續識別節水潛在空間,實施提升改善計畫,持續提高用水效率和循環用水率</li> <li>正在實施:為主要農作物供應商進行節水相關技術培訓</li> <li>即將實施:探索在污水處理站使用反滲透等前沿污水處理技術的可行性,最大程度重復利用酒廠廢水</li> </ul>

風險類別	風險名稱	風險描述	影響周期	減緩措施
物理風險	洪澇	<ul style="list-style-type: none"> <li>洪澇造成成品酒庫侵蝕,對酒廠持續生產及既有資產造成破壞性影響</li> <li>洪水造成的基礎設施及生產設備損壞需要額外維修開支,並且降低資產設備的運營能力</li> <li>對商品運輸、貨物交付和銷售業務產生負面影響,進而影響集團營業收入</li> <li>洪水造成淡水污染,以致生產力下降</li> <li>極端降水會造成廢水處理壓力增大,增加外排水量及營業成本;</li> <li>加劇糧食危機,影響集團供應鏈穩定性,導致原材料農作物的價格上漲或商品供應和庫存面臨挑戰,進而對食品安全和品質帶來挑戰</li> </ul>	短、中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>已實施:每年至少組織一次內部防汛演練,發現並總結問題,改善应急管理</li> <li>正在實施:加強排水設施建設及維護,使其能抵禦罕見的極大暴雨</li> <li>即將實施:製定極端降水的準備和災害管理計畫,留有足夠的防洪物品</li> </ul>
物理風險	滑坡	<ul style="list-style-type: none"> <li>滑坡造成成品酒庫侵蝕,對酒廠持續生產及既有資產造成破壞性影響</li> <li>滑坡影響珍酒李渡集團的物流基礎設施設備受損的可能性,如果涉及關鍵設施,或影響資產的生產和收益</li> <li>如果滑坡發生後導致道路中斷或損壞,或對企業的供應鏈產生負面影響</li> </ul>	中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>正在實施:定期開展邊坡地質調查,對不穩定區域提出預防和治理方案,減小滑坡的風險</li> <li>即將實施:建立邊坡位移監測、預報、預警工作機製,定期開展變形監測、應力監測、振動監測、水文監測等</li> </ul>
轉型風險	政策及法規風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>中國已建立起碳達峰碳中和“1+N”政策體系,製定中長期溫室氣體排放控制戰略,推動各行各業進行綠色低碳轉型</li> <li>未來預期相關政策將持續趨嚴,對釀酒行業碳排放管控有可能轉為強制性</li> <li>若珍李集團未按要求踐行國家相關法律法規內容,將導致面臨來自監管部門的合規風險,以及外部利益相關方的限製風險與壓力。此外,為達到政策監管要求,集團將投入資金聘請專業人員對碳排放進行數據管理、信息披露等方面的優化,短期內會提高管理成本</li> </ul>	中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>已實施:強化氣候治理,建立氣候治理機製;開展年度氣候相關信息披露,對於氣候相關風險和機遇開展年度識別、評估和披露</li> <li>正在實施:通過節能降耗、提升可再生能源使用比例等方式,持續推動「零碳生產」</li> <li>正在實施:採取供應鏈脫碳措施,賦能供應商開展節能減碳和綠色包裝項目</li> </ul>

風險類別	風險名稱	風險描述	影響周期	減緩措施
轉型風險	市場風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者對綠色、健康生活方式的認識不斷提高，對低碳產品和服務需求增加，減少對不環保產品的購買</li> <li>市場偏好的轉變將會導致消費者對於綠色產品的需求上升，從而帶來潛在的成本上升，包括但不限於生產工藝、流程、設施改變所帶來的成本，或原材料成本上漲等</li> </ul>	中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>已實施：持續推進環保包裝、包材減量、酒瓶回收等綠色包裝措施，確保產品的環保舉措受到消費者認可</li> <li>正在實施：加強環保包材、包材減量和循環利用等綠色包裝舉措對外宣傳</li> </ul>
聲譽風險	聲譽風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>珍李集團的安全營運連續性受氣候風險影響中斷會引起利益相關方(如投資人)對集團業務穩定性的顧慮及負面反饋；</li> <li>隨著社會大眾對氣候變化、綠色低碳關注的逐步增加，若公司的業務模式未能與低碳經濟保持一致，可能會損害公司的聲譽，並影響機構評級結果</li> </ul>	中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>已實施：通過官網、ESG報告、各類評級積極對外溝通，主動參與各類ESG評級及獎項評選，以評級提升作為牽引，帶動集團ESG工作能力提升及ESG聲譽提升</li> <li>即將實施：通過透明披露，改善氣候相關的國際評價，積極響應各利益相關方對氣候方面的問題、問卷，以提升企業在國際形象和信譽</li> </ul>
轉型風險	技術風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>在全球變暖和強調環境保護的大背景下，中國不斷出臺新的能耗和碳排放管控政策和措施，對釀酒各環節提出了高標準的節能要求，導致珍李集團將面臨更多低碳技術轉型的壓力，可能導致合規和營運成本的增加，投資或開發新型低碳技術研發失敗將導致財務損失風險</li> </ul>	短、中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>即將實施：通過可行性研究、成本收益分析對各項低碳技術進行調研，加大資本入局「碳中和」技術研發，開展核心工業節能技術的攻關</li> </ul>

機遇名稱	機遇描述	影響時期	響應計劃
消費者偏好綠色產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>隨著環保意識進一步增強，消費者對低碳產品和服務需求日益增加，並願意為綠色產品支付一定程度的產品溢價</li> </ul>	中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>與包材供應商合作研發生物基包裝材料，最大程度使用酒糟及甘蔗渣等環保材料，使包材具有更好的可降解特性</li> <li>更大程度上使用綠色包裝，註重包材環保化，包材減量及包材回收。滿足消費者對低碳產品的需求，贏得品牌聲譽的同時獲得品牌升級</li> <li>通過採購綠色、有機農作物或指導要求農戶進行綠色種植，進一步提升產品「綠色屬性」，獲得消費者認可</li> </ul>
節能減排及可再生能源	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續推進生產過程中的節能減排項目實施落地，進一步降低能源及用水成本</li> <li>可再生能源(如分佈式光伏)的使用將幫助企業進行能源轉型並節約能源成本，為企業帶來收益</li> </ul>	短、中、長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續推進分佈式光伏的設計及實施工作</li> <li>研究生物質、沼氣發電等其它清潔能源的實施可行性</li> <li>通過能耗分析及與相關服務商進行合作，進一步探索節能減排空間並制定補充提升方案</li> </ul>

## 節能減排舉措(範圍1&2)

我們著力於在生產運營的各個環節全面推行綠色製造戰略，走高效、清潔、低碳、循環的綠色發展之路，通過技術升級、設備改造、能源管控等舉措不斷提升能源使用效率，減少溫室氣體排放，推動集團的清潔低碳轉型。

### ■ 能效管理

報告期內，我們持續完善ISO 50001能源管理體系，淘汰高耗能設備、建立用電用能分析及考核機製、持續優化車間內生產動線、合理規劃廠內運輸線路、減少機器設備待機時間、調整變壓器、為鍋爐和蒸汽管道配備高效保溫材料、合理控制進風量使天然氣充分燃燒、回收利用鍋爐余熱等措施降低能耗、提高能效效率。



珍酒能源管理體系認證



李渡能源管理體系認證

### ■ 新能源車輛採購

除了直接生產運營的能源節約外，我們還將降碳的努力拓展至採購實踐中。報告期內，各個酒廠設定內部管理要求，在採購叉車、通勤巴士、廠內轉運貨車等廠內自有車輛時，優先購買新能源車輛，從而進一步減少我們的碳足跡。



新能源叉車

### ■ 光伏項目投入使用

2023年，集團全面推進酒廠光伏項目建設。湘窖酒廠已於2023年8月率先完成了4兆瓦屋頂分布式光伏項目建設並順利投入使用。該項目共計鋪設近4萬平方米，設計年發電量3,800兆瓦，在2023年度共貢獻了綠電1,078,024千瓦時。隨著湘窖光伏項目的順利推進，我們在實現集團2025年100%用電綠色化目標的道路上邁出了堅實的第一步。



湘窖光伏項目

與此同時，截至2023年12月底，珍酒已完成光伏項目的鋪設工作，李渡已完成光伏項目的可行性研究及前期準備工作，預計於2024年底完成光伏鋪設並投入使用，進一步提升綠色用電佔比。

2023年8月率先完成4兆瓦屋頂分布式光伏項目建設

2023年貢獻綠電1,078,024千瓦時

2023年12月底已完成光伏項目的鋪設工作

### ■ 綠證購買

我們將購買綠證作為實現2023年10%用電綠色化目標的有力補充。2023年集團共計購買綠證1,298張，等同於購買綠電1,298,000千瓦時。

2023年購買綠證 1,298張 = 購買綠電 1,298,000千瓦時



珍酒綠電購買憑證

## 綠色價值鏈(範圍3)

2023年珍酒李渡範圍3溫室氣體排放約占範圍1、2、3溫室氣體排放總量的90%，推動供應鏈低碳轉型對於實現集團全價值鏈低碳發展有著舉足輕重的作用。

### ■ 低碳採購

我們制定了《供應商准入資格認定管理辦法》及《採購管理辦法》等政策，要求對節能減排、使用清潔能源方面表現突出的供應商進行傾斜。同時，2023年集團實地走訪了4家核心供應商，在識別其ESG管理現狀的基礎上，共提出了18條節能減排以及16條ESG能力提升的指導建議，並為其提供配套ESG管理培訓，要求其設定碳減排及水資源節約相關目標。有關我們在低碳採購方面的具體實踐，請參閱本報告章節3綠色為源，責任採購。

2023年

實地走訪  
4家核心供應商

提出  
18條節能減排指導建議

提出  
16條ESG能力提升建議

### ■ 低碳種植

珍酒李渡白酒產品的生產釀造離不開優質的農產品。為積極推動行業低碳可持續發展，珍酒酒廠聯合農作物供應商，一同打造綠色種植基地，制定綠色種植措施，通過限制高粱、小麥種植農戶氮肥用量，播種前使用低氮複合肥作為底肥，追肥時使用葉麵肥和中量元素肥料，降低外購原糧的溫室氣體排放。

### ■ 低碳物流

我們範圍3中的大部分碳排放來自於物流運輸環節，物流低碳轉型對於集團的價值鏈減排至關重要。我們鼓勵物流承運商使用新能源車來運輸我們的原輔料及成品酒，並通過推進電子運單、零整結合提升單車裝載率、優化運輸路線等方式降低物流運輸環節的碳排放。此外，我們正在評估多式聯運的可行性，通過採用鐵路、水運等低碳運輸方式進一步降低運輸過程中產生的碳排放。



可回收循環利用的塑膠托盤

在物流包裝層面，我們循環利用成品酒物流運輸部分的外包裝箱，並將破損紙箱交由有資質的第三方進行回收再生。鑒於塑膠托盤相較於木托盤使用壽命更長且可回收可循環使用，我們逐步推進塑膠托盤替代木制托盤，以減少木材的砍伐及廢棄。

### ■ 分銷中心和門店

我們將節能舉措拓展至分銷中心和門店，包括在自然光線充足的條件下避免開啟照明設備、長時間離開門店或下班時做到「人走燈滅」並切斷電源、合理使用空調等。

## 我們的關鍵績效指標

指標	2021年表現	2022年表現	2023年表現
用電量(千瓦時)	11,791,980	19,052,763	22,426,343
用電強度(千瓦時/噸)	1,066.38	682.99	500.54
可再生電力用量(千瓦時)	0	0	2,376,024
能耗總量(吉焦耳)	587,602	1,195,917	1,332,152
能耗強度(吉焦耳/噸基酒產量)	53.14	42.87	29.73
基於市場的範圍1、2溫室氣體排放量(噸二氧化碳當量)	54,987	108,607	135,633
基於市場的範圍1、2溫室氣體排放強度(噸二氧化碳當量/噸基酒產量)	4.97	3.89	3.03
範圍3溫室氣體排放量(噸二氧化碳當量)	未統計	未統計	1,231,572

## 守護水資源

水是人類賴以生存的重要資源，也是白酒釀造過程中最重要的原料之一，水資源的優劣直接影響我們的產品質量。我們堅信，唯有清甜甘冽的好水方能釀造香氣優雅愉悅的好酒。氣候變化、人口增長導致全球水資源壓力劇增。根據世界資源研究所(WRI)的「渡槽水風險地圖集」，珍酒、李渡酒廠所在區域2023年為水壓力高風險地區，湘窖酒廠所在區域為水壓力中低風險地區。為更有效地應對日益增長的水壓力，珍酒李渡通過設備更新和技術創新不斷提升水資源利用效率，並採取基建改造和誌願活動等措施保護所在流域的水生態。得益於我們在水資源管理領域的持續努力和未雨綢繆，集團在報告期內未面臨任何水資源相關問題(包括取水和水質)。

## 我們的政策

我們根據《中華人民共和國水法》《中華人民共和國水污染防治法》《國家節水行動方案》及其他適用的地區、國家和國際標準製定了我們的廢水管理和水資源管理政策，致力於減少廢水排放對環境的影響、減少用水及保護我們經營所在流域的生態系統。我們將根據法律法規、公共政策、行業最佳實踐及集團可持續發展戰略需要適時更新該政策。

## 我們的目標

我們高度重視水資源管理及保護，集團CEO顏濤、集團ESG管理委員會及ESG管理部直接負責集團層面的水資源管理目標製訂與監督。2022年，為提升水資源利用效率，集團設立了到2025年集團取水強度(按基酒生產噸數計)較2021年下降20%的目標。通過一系列節水技改措施，我們已於2023年提前完成該目標。

放眼未來，在水資源節約方面，我們承諾集團將採取進一步的節水舉措，力爭2024年生產取水密度同比上一年度將進一步降低5%。在水污染防治方面，我們承諾在嚴格遵守適用的法律法規及排放標準的基礎上，不斷改進廢水處理工藝及設備，2024年所有間接排放的廢水，其COD、總氮、氨氮及總磷排放濃度低於國家排放標準限值至少40%；所有直接排放的廢水，其COD、氨氮、總磷排放濃度低於限值至少20%。上述目標均作為ESG關鍵績效指標，納入主管負責人年度考核。

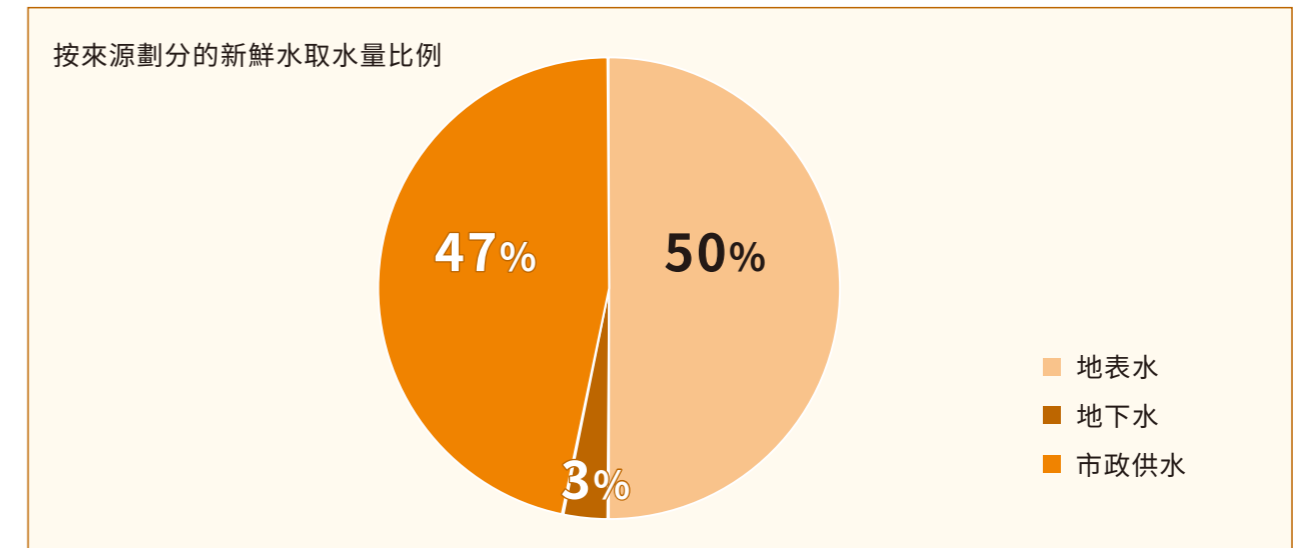
**2024年我們承諾**

<p><b>水資源節約方面</b></p> <p>力爭生產取水密度同比上一年度將進一步降低<b>5%</b></p>	<p><b>水污染防治方面</b></p> <p>間接排放的廢水，其COD、總氮、氨氮及總磷排放濃度低於國家排放標準限值至少<b>40%</b></p>	<p><b>水污染防治方面</b></p> <p>直接排放的廢水，其COD、氨氮、總磷排放濃度低於限值至少<b>20%</b></p>
--	--	---

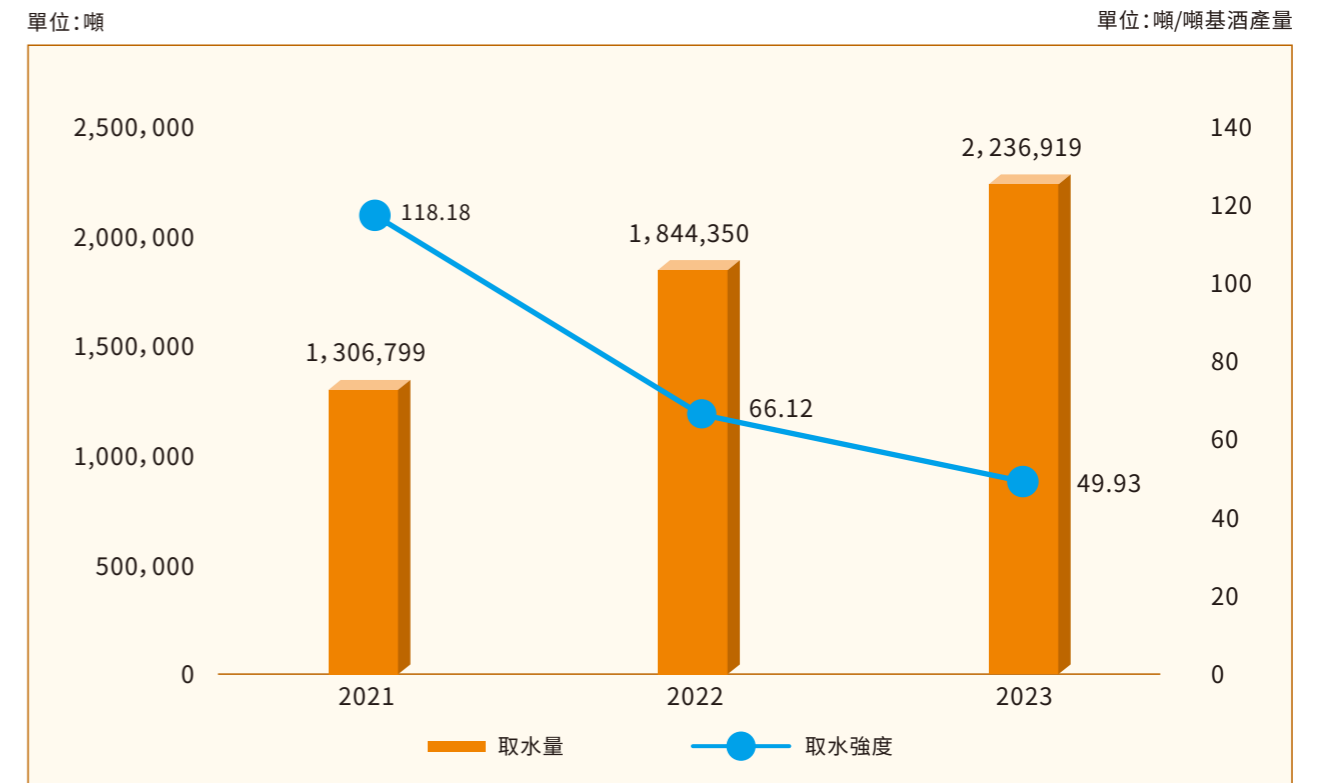
## 我們的水足跡

我們的酒廠分別坐落於中國貴州省、江西省、湖南省。我們的水足跡會對各地周邊的利益相關方和當地生態環境帶來影響。

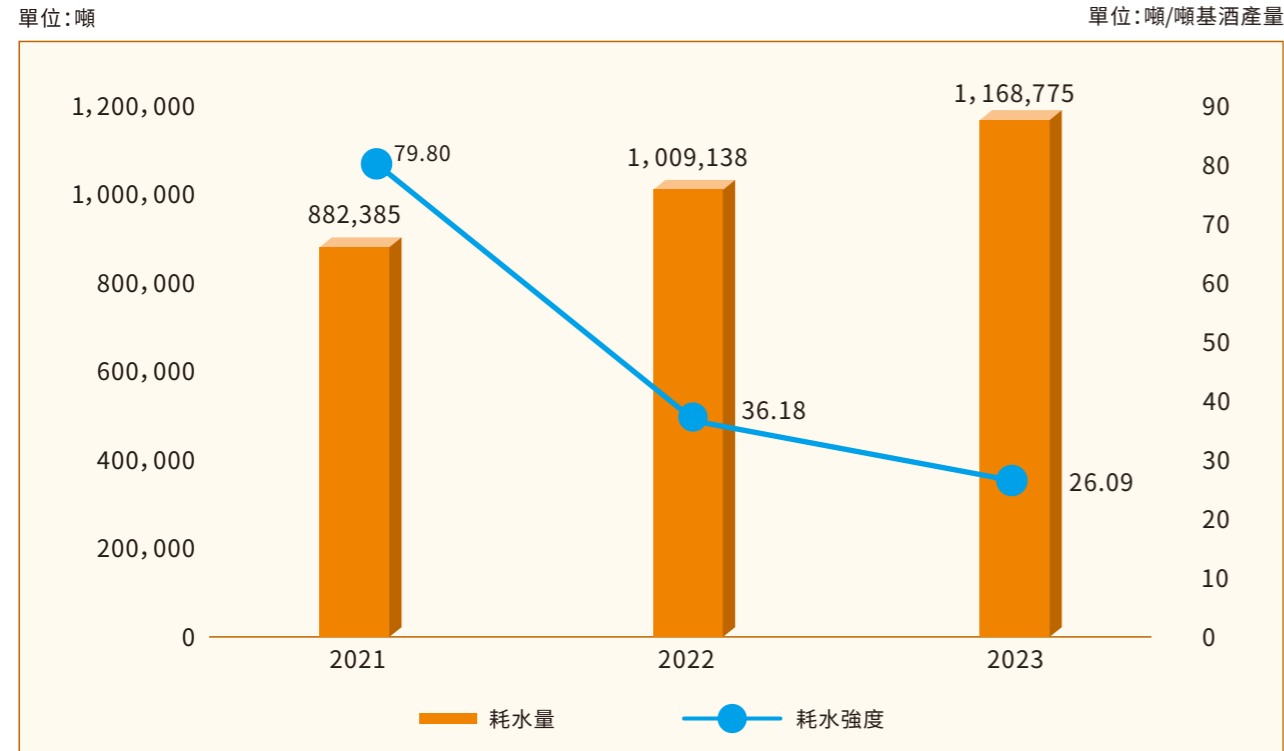
### 2023年按來源劃分(地表水、地下水、市政供水)的新鮮水取水量比例



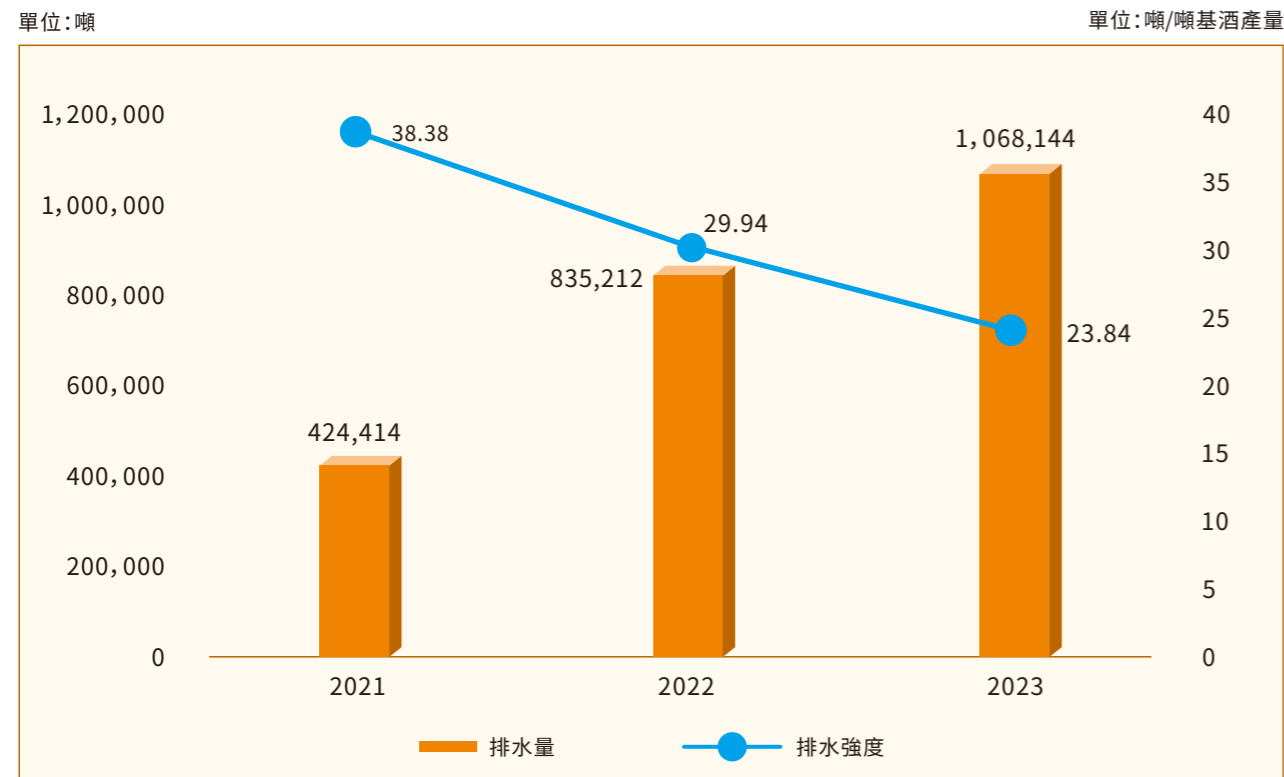
### 2021-2023年新鮮水取水量和強度



## 2021-2023年耗水量和耗水強度



## 2021-2023年排水量與排水強度



## 我們的行動

## 應用節水設備和技術改造提升用水效率

珍酒、李渡、湘窖開展了十餘項節水、淨水設備的更新、改造和升級項目，包括建設包裝洗瓶水循環系統、使用節水沖洗設備、全面落實底鍋節水改造、安裝冷卻水回收利用設備、改造污水處理站並重複使用經過處理的中水。與此同時，我們的生產技術人員定期舉辦研討會，學習各酒企領先的節水工藝及設備改造實踐，研究各個工序應用先進節水技術和設備的可行性，將節水理念深刻融入生產運營過程之中。2023年實現49.93噸/噸基酒的取水強度，較2022年降低24.49%。



污水處理站封閉式改造

## 2023年度節水舉措

## 珍酒

- 持續開展底鍋節水改造，循環使用，共節水約**87,000噸**
- 安裝包裝洗瓶水循環系統，共循環用水約**25,316噸**
- 重新改造污水處理站，並回用經處理的中水以替代新鮮水，共節水約**14,250噸**

## 李渡

- 投入使用冷卻水循環利用系統，通過冷卻水循環利用和雨水收集減少新鮮水取水量**30,000噸**
- 已完成廠區包裝洗瓶水循環系統改造工作

## 湘窖

- 將使用後的冷卻水回用於蒸汽鍋爐，以替代新鮮水，共回用水量約**75,000噸**
- 投入使用包裝洗瓶水循環系統，共循環用水約**37,500噸**

2023年，珍酒李渡循環利用水量為**179,816噸**水循環利用率為**7.44%**<sup>1</sup>；

使用替代水源**89,250噸**，替代水源佔比為**3.84%**<sup>2</sup>。

<sup>1</sup>循環利用水量包括包裝洗瓶水循環系統循環利用的水量、冷卻水循環利用系統循環利用的水量和底鍋節水改造後循環利用的水量，水循環利用率=循環利用水量/(循環利用水量+總取水量)。

<sup>2</sup>替代水源佔比=回用中水量/(回用中水量+總取水量)，替代水源包括污水處理站回用中水和回用於鍋爐的冷卻水，2023年我們在冷卻水系統中使用了一定的雨水以替代新鮮水，但由於雨水收集量未進行精確統計，暫未將雨水納入2023年替代水源的統計之中。



## 廢水管理

我們嚴格遵守國家及地方的廢水排放標準，密切監督內部廢水管理流程。為從源頭防控水污染，我們建設了雨水、生產廢水及生活廢水分流系統。珍酒、李渡和湘窖的主廠區均配備污水處理站，並在排污口安裝了化學需氧量、氨氮、總磷及總氮在線實時檢測裝置，確保廢水100%合規排放。

在合規的基礎上，我們致力於進一步提升污水排放標準。各酒廠通過升級廢水處理流程及優化污水處理工藝，減少廢水中化學需氧量及氨氮含量，以滿足《發酵酒精和白酒工業水污染物排放標準》(GB27631-2011)表三直排標準中的部分指標要求。

## 水源地保護

我們深刻認識到公司的可持續發展與經營所在流域的生態系統息息相關。我們積極與當地政府、社區及環保組織合作，珍酒、李渡、湘窖酒廠於報告期內分別舉辦了「開展河道整治，構建美麗家園」的流域生態保護活動，組織員工誌願者前往附近流域開展河道環境監督及整治清理活動，用雙手為保護地方流域生態環境及生物多樣性出一份力，提高全體員工和當地居民生態保護意識。



流域保護活動

同時，珍酒與匯川區泗度鎮政府開展深度合作，對附近水源保護地麻溝水庫共同開展流域保護。珍酒安環部作為污染防治專家，協助鎮政府開展定期流域環境巡查工作並提出10余項改進建議。

## 我們的關鍵績效指標

指標	2021年表現	2022年表現	2023年表現
新鮮水取水量(噸)	1,306,799	1,844,350	2,236,919
新鮮水取水強度(噸/噸)	118.18	66.12	49.93
耗水量(噸)	882,385	1,009,138	1,168,775
耗水強度(噸/噸)	79.80	36.18	26.09
廢水排放量(噸)	424,414	835,212	1,068,144
廢水排放強度(噸/噸)	38.38	29.94	23.84
氨氮排放量(千克)	740	2,021	4,202
化學需氧量(COD)排放量(千克)	18,827	33,685	37,275
生化需氧量(BOD)排放量(千克)	7,458	12,485	16,636

## 污染防治

在白酒釀造過程中，原料儲存、製曲、製酒、輔助生產等各個環節均會產生以廢水、廢氣、廢渣為主的污染物，不僅影響周邊的生態環境，也會對白酒產品的質量安全構成威脅。珍酒李渡始終秉持綠色生態釀造理念，持續加大污染防治力度，提高資源利用率，用實際行動詮釋「綠水青山就是金山銀山」。

### 我們的政策

我們根據《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國噪聲污染防治法》等適用法律法規更新了《珍酒李渡環境政策》中的廢物管理規定。新政策涵蓋了廢水、廢氣、固體廢棄物、危險廢棄物及噪聲污染等所有污染物的管理，明確了各污染物的處理流程及考核機製，要求各酒廠嚴格按照法定標準監控和處理污染物排放。此外，我們的三家酒廠均已獲得ISO 14001:2015環境管理體系認證。



環境管理體系認證證書-珍酒

環境管理體系認證證書-李渡

環境管理體系認證證書-湘窖

### 我們的目標

我們根據污染物的類型製定了相應的年度目標。針對固體廢棄物，我們要求年度固廢（包括危廢和一般固廢）100%合規處置。針對廢氣排放，我們同時設定了廢氣管理目標，致力於2024年廢氣排放強度（按基酒生產噸數計）同比2023年度降低5%。上述目標均作為ESG關鍵績效指標，納入主管負責人年度考核。

#### 固體廢棄物

固廢（包括危廢和一般固廢）

**100%**合規處置

#### 廢氣排放

2024年廢氣排放強度  
（按基酒生產噸數計）  
同比2023年度**降低5%**

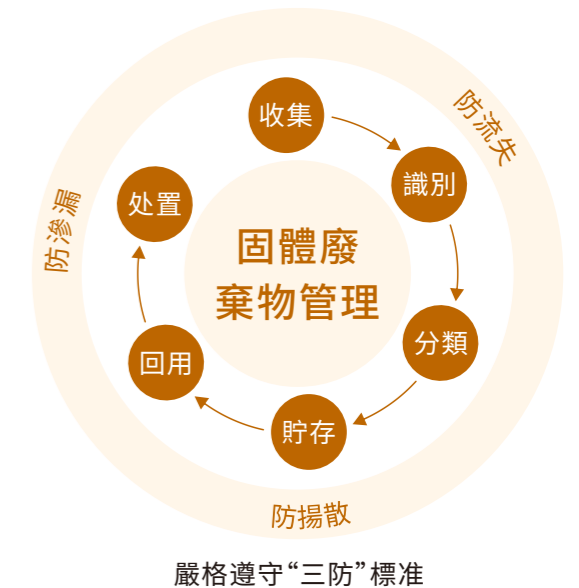
## 我們的行動

截至報告期末，我們已向有關監管部門取得所有必要的污染排放許可，並嚴格遵守污染排放相關的法律法規，同時尋求持續減少環境污染和資源浪費的措施。

### 固體廢棄物管理

在確保固廢100%合規處置的基礎上，我們致力於減少資源消耗，循環利用生產過程中產生的廢棄物。我們對固體廢棄物收集、識別、分類、貯存、回用、處置全過程作出詳細規定，以嚴格遵守防滲漏、防流失、防揚散的“三防”標準。我們採取的措施包括單獨儲存危險廢棄物，將酒糟出售予第三方進行再利用，回收及重複使用釀造過程中的窖池泥，以及對污泥進行機械脫水以便將其填埋。

另外，珍酒的曲房吊頂採用不銹鋼材料替換易損耗的木材，以增加吊頂的耐用性，減少森林木材資源的消耗以及廢棄木材的產生。



### 廢氣管理

我們積極採取行動減輕廢氣對環境的影響，包括配備袋式除塵器及旋風式除塵器設備、安裝油煙淨化裝置等。為進一步提高廢氣排放標準，我們將燃煤鍋爐全部更換為天然氣鍋爐，為實現生產過程的脫硫打下了基礎。此外，我們配備了封閉式自動化潤糧粉碎設備，最大限度減少制曲車間人工粉碎谷物而產生的粉塵，有效減少了可吸入顆粒物污染，切實保護員工職業健康。



天然氣鍋爐



袋式除塵器

治理築基 保駕護航  
綠色為源 責任採購  
永續釀造 天人合一  
質量爭先 包裝從簡  
飲酒有度 營銷有方  
以人為本 培育匠才  
心存善念 反哺社會

## 我們的關鍵績效指標

指標	2021年表現	2022年表現	2023年表現
一般固廢產生總量(噸)	41,592	95,113	158,301
一般固廢密度(噸/噸)	3.76	3.41	3.53
危廢產生總量(噸)	未统计	2.28	2.66
危廢密度(噸/噸)	未统计	0.00008	0.00006
廢氣汙染物排放總量(噸)	13.29	29.62	38.49
廢氣汙染物排放密度(噸/噸)	0.0012	0.0011	0.0009
氮氧化物(NOx)排放量(噸)	11.99	24.68	23.94
硫氧化物(SOx)排放量(噸)	0.36	3.54	11.92
顆粒物(PM)排放量(噸)	0.94	1.40	2.64
揮發性有機物(VOCs)(噸)	0	0	0

## 員工健康與安全

員工是集團的核心生產力，是可持續發展的基礎與保障。我們始終將員工的健康安全放在首位，致力於最大程度降低職業健康與安全風險，打造安全、健康、關愛的工作場所。

### 我們的政策

我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國消防法》等關於職業健康與安全的法律法規，並在集團層面制定了一系列健康與安全政策和程序，為員工的健康安全提供堅實的制度保障。我們的政策適用於全集團，也適用於合同工與承包商。



集團由ESG管理部統籌管理員工健康和安全的戰略與績效，並由董事會層面的ESG管理委員會進行審閱及批准。為進一步完善安全管理體系化建設，公司領導和下屬酒業負責人組建形成安全生產委員會，負責職業健康與安全管理政策制定、酒廠安全生產目標設定等；在酒廠層面，安全生產領導小組負責職業健康安全相關具體事項的執行。我們將工傷事故等指標納入員工健康安全管控目標的考核內容，計入人員的年度關鍵績效指標(KPI)考核，並與相關負責人薪資直接掛鉤。

#### 安全生產委員會職責

- 全面負責公司安全生產管理工作
- 制訂安全生產技術方案
- 制訂勞動保護計劃
- 實施安全生產檢查與監督
- 調查並處理安全生產事故

#### 安全生產領導小組職責

- 安全生產教育和培訓
- 制訂安全生產實施細則、操作流程和生產安全事故應急預案
- 督促落實各項安全生產要求



\*該副總經理負責工作場所安全

### 職業健康安全管理體系認證

我們完全遵守工作場所安全及職業健康相關的法律法規，為保障員工職業安全與健康，集團各酒業均獲得ISO 45001職業健康安全管理體系認證。



職業健康安全體系認證

### 我們的目標

我們始終將員工的生命安全和健康放在第一位，通過設立細化的安全生產目標，落實各項職業健康措施，為員工打造健康安全的工作場所。我們制定了2024年度全年零工亡、工傷時間損失率不超過0.05% (廠內發生)，以及100%員工接受安全生產相關培訓等的安全生產目標。上述目標均作為ESG關鍵績效指標，納入主管負責人年度考核。

針對承包商等外來人員，我們制定了外在作業人員安全教育率100%和外包單位《安全協議書》簽訂率100%的目標。

**2024年度安全生產目標**

**No.1**

員工的生命安全和健康

**0**

全年零工亡

不超過**0.05%**

工傷時間損失率

**100%**

員工接受安全生產相關培訓

---

外在作業人員  
安全教育率**100%**

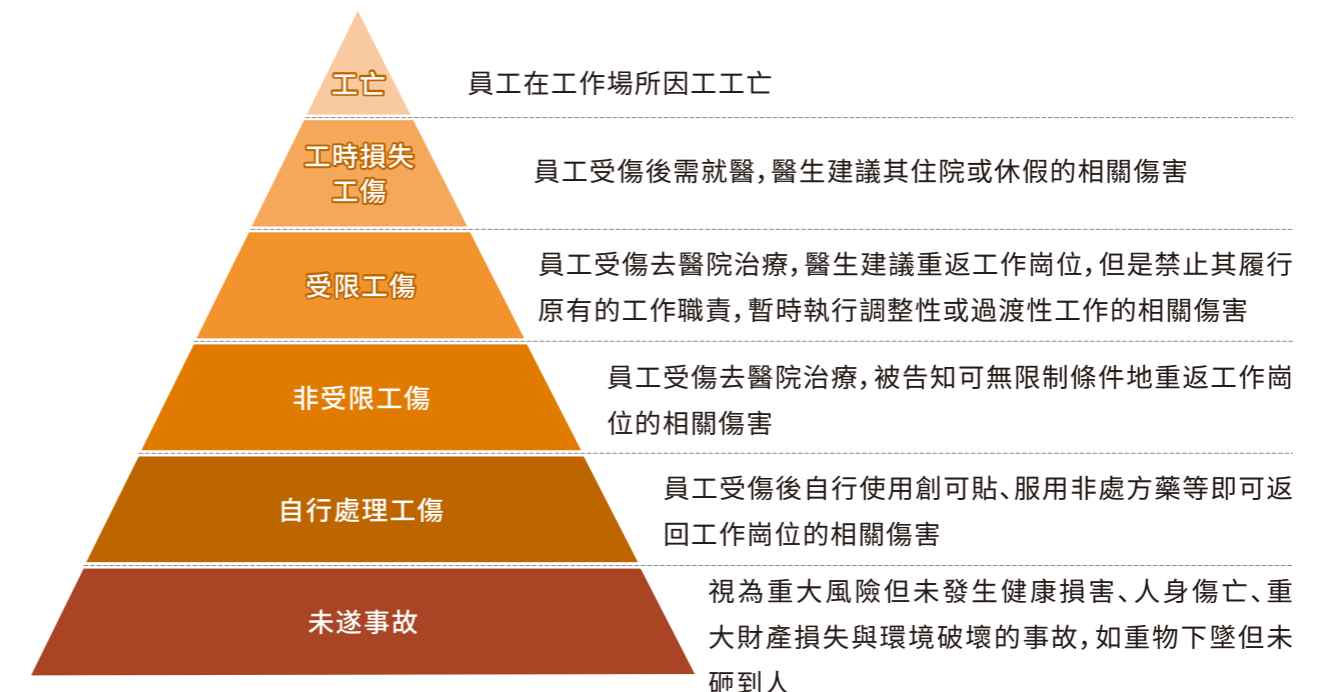
外包單位《安全協議書》  
簽訂率**100%**

### 我們的行動

#### 細化工傷記錄指標

2023年，我們進一步細化了員工工傷亡指標，每季度進行一次集團層面的數據審閱，制訂有針對性的應對措施。

#### 珍酒李渡的工傷記錄體系



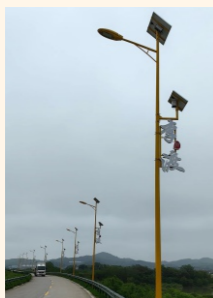
## 工傷記錄統計表

工傷種類	員工類別	2023年合計
		發生頻率(次數)
工亡	酒廠正式員工	0
	合同工、承包商等	0
工時損失工傷	酒廠正式員工	68
	合同工、承包商	6
受限工傷	酒廠正式員工	60
	合同工、承包商	1
非受限工傷	酒廠正式員工	3
	合同工、承包商	0
自行處理工傷	酒廠正式員工	3

工傷種類	員工類別	2023年合計
		受影響工作時長(工作日數)
因工傷損失工作日數	酒廠正式員工	2,129
	合同工、承包商、臨時工等	38

2023年酒廠因工傷損失工作日數較2022年降低**33%**。

### 案例 李渡在員工通勤途中安裝路燈



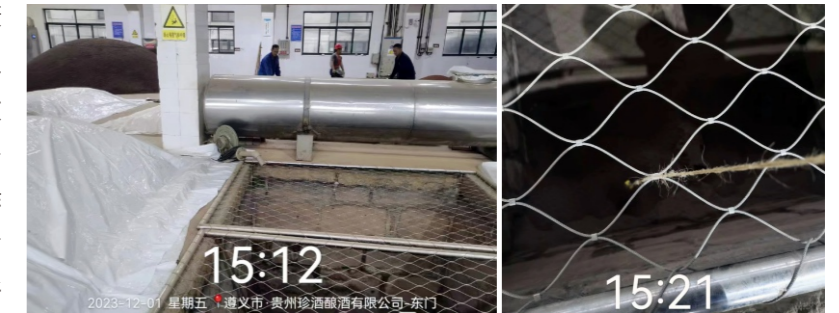
李渡安裝的路燈

為保證員工及村民通勤安全，李渡在李渡中學至撫河堤壩路段(共計3.3公里)安裝110組太陽能路燈，改善夜間出行條件，降低員工通勤途中發生工傷的概率，同時給當地村民的生活帶來便利。

### 生產安全與職業病防治

我們定期對作業場所進行職業健康安全風險因素檢測，對超過國家衛生標準的有毒有害作業點進行技術改造並採取員工防護措施，確保員工安全與健康。針對窖池等有限空間作業，我們額外重視作業前的通風與有害氣體測量工作。同時，我們要求所有入窖人員必須經過嚴格的安全培訓，並穿戴安全繩，在安全員的監視下方可下窖作業。

為防止一線員工職業病的發生，我們實施了多項防塵、防毒、防輻射、防暑降溫和防噪音工程，發放個人防護用品並要求各單位督促員工正確使用。同時，我們針對氣溫預測，靈活動態調整作業時間，避免員工在高溫下的長時間勞動。



作業前通風

氣體濃度檢測



窖池作業監護

窖池防護



員工練習健身操

我們為所有一線員工提供定期職業健康體檢，並針對職業病高風險人員提供特定職業病檢查。針對受電焊煙塵、噪聲、紫外輻射、谷物粉塵、危化品氫氧化鈉等職業病危害因素暴露的員工，我們安排了年度體檢，人力資源部及安全生產委員會舉行聯合討論會，為員工提供解決方案。

我們為員工量身打造了健身操，要求從事體力勞動的員工在開工前進行熱身，鼓勵員工利用工作間隙開展練習，降低了員工在工作中拉傷的風險。

## 開展員工安全培訓

我們在酒廠、車間及班組三個層面為酒廠生產一線員工提供職業健康安全培訓，2023年珍酒、李渡和湘窖接受過健康與安全培訓的人數占比為100%。

同時，為加強員工的應急救援能力，2023年我們在各個酒廠分別舉辦4場急救培訓，覆蓋各車間和班組的骨幹員工共708人，參與培訓的員工中有64名經過考核，取得了紅十字救護員證。

接受健康與安全培訓的人數占比為**100%** 2023年舉辦**4**場急救培訓 共**708**人參與培訓 **64**名經過考核取得紅十字救護員證



紅十字救護員證

## 採購急救設備

心臟驟停致死致殘率高，自動體外除顫器 (AED) 作為一種便攜式現場急救設備，配合心肺復蘇可大幅提高非專業人士搶救心臟驟停危重病患的成功率。考慮到從醫院到酒廠的距離，為免錯過員工的最佳搶救時間，我們投資購買了AED設備，並開展心肺復蘇急救培訓，以應對員工心臟驟停突發事件。



開展急救培訓

## 開展應急演練

我們針對消防安全、燃氣安全、鍋爐爆炸、叉車事故、機械傷害、電梯被困等安全隱患製定應急預案，並開展應急演練以提高應急人員在緊急情況下妥善處理事故的能力。2023年，集團通過開展2,006場應急演練，其中公司級7場、部門級133場、班組級1,866場，普及應急管理知識，提高參演和觀摩人員風險防範意識和自救互救能力。同時完善應急管理和應急處置技術，補充應急裝備和物資，提高其適用性和可靠性。



員工開展消防演練



員工開展危險化學品應急處置演練



## 質量爭先 包裝從簡

“洗盡鉛華始見真，浮華褪盡方顯誠”，珍酒李渡白酒秉持工貴其久，業貴其專的匠人精神，以高品質為底，以極簡美學開路，包裝去繁從簡，讓價值回歸酒體本身，在從酒廠到消費者的旅途中“輕裝上陣”。



## 綠色包裝

過度包裝之風曾在白酒行業一度盛行，繁復奢侈的包裝往往能凸顯產品的“高端大氣”。然而全球資源短缺日益嚴重，過度包裝不僅會造成資源浪費，還會對環境造成負面影響。我們致力於推動產品包裝“瘦身”和循環利用，倡導綠色消費，推動行業包裝綠色低碳轉型，更有效地應對氣候變化和廢棄包裝污染問題。

## 我們的政策

2023年，我們持續更新了集團《綠色包裝管理政策》，該政策概述了我們在設計、打樣、批量生產等包裝生命週期各個階段的要求。我們要求產品採用可持續性的包裝材料，包裝設計符合《限制商品過度包裝要求 食品和化妝品》(GB 23350—2021)國家標準。同時我們還制定了《包裝材料禁限用清單》，逐步淘汰有害或非環保包材的使用。

## 我們的目標

我們設立了於2025年實現95%以上的包裝材料(按重量計)綠色環保化的戰略目標。該目標已於本年度提前達成，但我們仍將持續對2024年環保包材使用佔比進行監測與監督。

同時，我們進一步設立了2024年各酒廠酒瓶回收目標，要求全年回收酒瓶不少於47,000瓶。其中珍酒屆時回收酒瓶不少於42,000瓶，湘窖回收酒瓶3,000瓶，李渡回收酒瓶2,000瓶，以用於酒瓶文創產品加工。相關目標的達成情況均作為ESG關鍵績效指標，納入主管負責人年度考核。



## 我們的行動

我們以循環經濟的3R(減量、再利用及回收)原則為基礎，積極探索以減量化包裝設計、環保包材及包材回收利用為主要抓手的應用實踐，不斷提升我們的可持續包材錶現。



## 環保包材

珍酒李渡產品原有包材主要以陶瓷瓶為主，但由於陶瓷燒制能耗高、回收難的特點，集團規定嚴格限制陶瓷瓶產品的開發和生產，併致力於採用玻璃材料代替陶瓷。同時，集團產品部門聯合供應商進行技術攻關，對珍酒及李渡多個暢銷的瓷瓶產品進行“瓷改玻”替換，在保證原有產品質地基礎上，最大程度實現酒瓶“綠色化”。通過與供貨商合作進行多次研發測試，我們使用的玻璃瓶在外觀及觸感上與陶瓷瓶相比幾乎無異，對消費體驗不產生任何影響。目前，珍酒已對黑金版老珍酒、黑金版珍十五、黑金版珍三十、豪華版珍十五、豪華版珍三十和其它即將上市的大單品瓷瓶產品進行玻璃瓶替換，2023年累計替換陶瓷瓶110,000個，減少不環保包材重量約55,000噸。



珍酒李渡出臺包裝材料的“負面清單”，以監控及逐步淘汰有害或非環保材質的使用，確保在包裝中使用的材料不會危及生態繫統及人類健康。此外，集團使用環保黏合劑及墨水，併僅與符合國家環保要求的包裝供貨商合作。2023年，李渡將1955和1975兩款產品40%的非環保泡棉(EPS)包材(按重量計)替換為更環保的珍珠棉(EPE)，減少碳排放約343噸二氧化碳當量。預計2024年李渡將完成全部非環保泡棉包材的替換工作。

未來，我們計劃與包材供應商合作，研發新型輕質酒瓶及酒糟等成分制成的包裝外盒，增強包材可降解能力，進一步減輕廢棄包材給環境帶來的壓力。



## 包材減量



從源頭對產品包裝進行“瘦身”是我們實現綠色包裝目標的關鍵舉措。我們倡導緊湊簡約的包裝設計，減少包材浪費。報告期內，珍酒相繼推出多款高端光瓶酒，其中不乏“1988紀念酒”、“珍酒·珍十五(金獎紀念酒)”和“珍酒·珍三十(大金獎紀念酒)”等在內的超高端戰略新品。珍酒李渡高端光瓶酒繫列均選用透明玻璃瓶，以最樸實的形態面對消費者，讓產品回歸酒體本源，簡約流暢的瓶身線條，彰顯質感與時尚感。同時在包裝選材上，均採用可降解材料以及可重複利用的玻璃器具等，實現低碳環保目標。在傳遞出一種“大道至簡”的白酒美學同時，也蘊含著稀缺的品質和可持續發展的理念。此外，李渡“開門紅”繫列產品、湘窖的封壇酒和龍醬酒也進行改版和封樣，最大程度實現了包材減量。

倡導緊湊簡約的  
包裝設計，  
減少包材浪費

報告期內  
珍酒相繼推出  
多款高端光瓶酒

包裝選材上  
採用可降解材料以及  
可重複利用玻璃器具

對產品包裝進行“瘦身”，實現低碳環保目標

## 包材回收利用

受限於白酒行業特性，酒瓶回收這一重要議題始終無法在白酒行業開展實施，做工精美的酒瓶在短暫使用後即被丟棄，造成大量資源浪費。珍酒李渡不斷探索酒瓶回收的創新實踐，就包材回收與行業合作夥伴密切合作，致力於為廢舊酒瓶建立回收閉環。我們在內部各環節識別酒瓶回收機會，同時鼓勵消費者將空瓶退予指定經銷商。收到空瓶後，我們與相關第三方合作試點，將其轉化為文創品(如茶壺、花瓶等)免費贈還客戶。

2023年，我們打通酒瓶回收改造的上下遊鏈條，從酒廠和各門店回收使用過的酒瓶，經由匠心設計、精準加工和嚴格清洗，將其改造成茶葉罐等文創品返還給消費者，併附贈了當地茶農種植的上等茶葉，將飲酒與飲茶文化進行巧妙融合，在促進循環經濟的同時為消費者提供了獨特的消費體驗。同時，我們設置了嚴格的酒瓶回收及加工篩選標準與處理程序，全面保障文創品的安全與品質，併針對每次酒瓶回收設立臺賬，對回收時間、地點和數量進行記錄，確保酒瓶真回收、可追溯。目前，珍酒已收集酒瓶11,642個，回收禮盒已發放4000個。此外，我們的ESG環保禮盒經由FSC認證，錶明該包裝原材料來自於負責任管理的森林。



ESG文創禮盒

珍酒收集酒瓶  
11,642個

回收禮盒已發放  
4000個

ESG環保禮盒經由  
FSC認證

## 我們的關鍵績效指標

指標	2021年表現	2022年表現	2023年表現
所用可回收、再利用及降解包裝材質總量(噸)	未統計	45,913	37,416
可回收、再利用及降解包裝材質按重量佔比(%)	未統計	97.26%	97.47%
酒瓶回收瓶數目	0	0	11,642



## 產品質量與責任

我們堅持“一絲不苟釀美酒”，專注於“精雕細琢造產品”。一直以來，集團嚴格把關釀酒過程，將產品質量與安全放在首位，精益求精，只為生產對消費者負責的好產品。

### 我們的政策

為保證產品質量，我們搭建了完整的質量管理體系與制度，依托包括《生產企業質量管理制度》《食品安全管理制度》和《食品安全及產品召回政策》等在內的政策制度，開展質量管理工作。

為加強來料環節、生產環節及成品的質量管理，94名擁有與食品科學及質量檢驗相關豐富工作經驗的質管部員工，分別負責編制全公司範圍的質量控制制度，確保我們的質量管理要求在各工藝流程中有效實施，併保證我們白酒產品的質量符合相關法律法規，以及我們的內部標準及要求。

同時，我們的所有營運場所均獲得了知名認證機構的多項認證證明，包括危害分析與關鍵控制點 (HACCP) 認證、ISO 9001 認證和食品安全管理體系 (FSMS) 認證。



質量管理體系認證證書

#### 生產企業質量管理制度

我們圍繞產品設計與開發、原輔材料質量控制、生產過程質量控制、質量檢驗、計量管理、顧客投訴處理、自我測量與評價、預防與糾正、供方能力評價等對公司各項與產品形成有關的質量活動進行政策規定。

#### 食品安全管理制度

我們圍繞從業人員健康管理、食品安全知識培訓、進貨查驗、出廠檢驗、貯存管理、運輸管理、生產過程安全管理、設備管理、食品安全溯源等方面，出臺了一繫列食品安全相關管理制度，對各部門職責權限及崗位人員操作流程進行了詳細規定。

#### 食品安全及產品召回政策

我們的政策概述了發生食品安全事件時質量控制部應遵循的詳細程序。總體而言，我們的政策規定一旦發生食品安全事故，將第一時間停售相關產品，併嚮珍酒李渡食品安全領導團隊以及相關監管部門報告該事件，根據事件嚴重程度啟動產品召回程序。

## 我們的行動

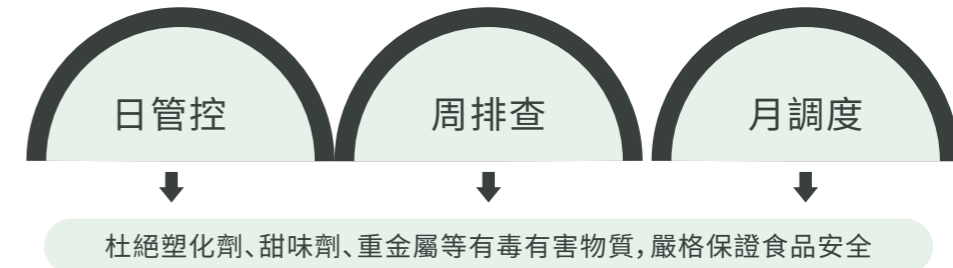
為了讓我們的消費者能夠享受到高品質醬酒，我們在產品全生命周期的各個環節踐行“高品質高標準”的生產服務理念，提升產品質量。



珍酒獲得貴州省省長質量提名獎

### 食品安全管理

我們建立了食品安全管理機制，設立食品安全總監，各部門均設置食品安全員，對產品質量進行全流程監督，併建立了相應的考核機制，落實“日管控、周排查、月調度”的管控措施。質量部對來料開展質量安全理化檢測，同時對白酒成品進行抽樣檢查，杜絕塑化劑、甜味劑、重金屬等有毒有害物質的使用，嚴格保證食品安全。



### 供應鏈及溯源系統

我們設有專業的質保團隊，併配置原糧基地質量數字化繫統，從原材料採購、酒體釀造、產品運輸及銷售等各環節進行嚴密的質量管控。我們的溯源繫統涵蓋了整個原糧採購行業的採購、管理、數據跟蹤以及質量控制等方面的需求。採用數字化手段賦能農產品收購過程，完成原糧供應鏈全過程信息化、數據化，為原糧的質量追溯、風險預判與防控、精細化管理夯實基礎。通過數字化的手段加強與農戶間的溝通，提高農戶的認可，降低原糧採購的成本。

為加強釀酒原輔料質量管理工作、提升產品包裝質量，珍酒李渡組織相關供應商對釀酒原輔料、產品包裝材料的質量驗收標準、檢驗方法進行集中討論、分享和培訓，協助供應商開展質量管理能力建設。



## 釀造環節質量控制

我們在各酒廠專設綠色食品檢查員，負責制定質量控制標準，併嚴格把關各生產製造環節，實施生產班組標準化建設，打造“質量信得過小組”，確保產品質量安全。同時，為保證釀酒質量穩定，我們配備有先進設備及儀器，包括同位素比質譜( RMS)系統等，用於篩選、識別及分析各種化合物，以提高我們白酒品質的一致性。

實施生產班組標準化建設  
打造“質量信得過小組”  
確保產品質量安全

## 案例 珍酒李渡召開2023年度“518”質量大會

2023年5月18日，珍酒李渡召開2023年度“518”質量大會，各酒廠質量代表分享了各自單位在制曲、釀酒工藝、質量工作等方面做出的努力和探索，集團質量管理總監匯報了其檢查相關單位質量工作開展情況的亮點、問題及建議。集團總工程師和集團技術顧問指出下一步工作重點為精準管理和工藝精細化。對此，吳嚮東董事長就集團未來的質量工作給出了指導建議。他特別強調，“未來的競爭不是營銷的競爭，而是品質的競爭”。我們以優能、優品支撐集團高質量發展，同時這也是一個技術不斷進步、質量不斷提升、管理不斷加強的過程。



珍酒李渡518活動

為確保本周期生產質量工作的真實性和下一周期工作順利推進，集團安排專項檢查小組在4月份和10月份進行兩次實地質量落實情況檢查。

## 科技助力產品提質升級

我們利用現代科技結合傳統工藝，分離、復壯、擴培李渡元代古窖池中的167個OTU（遠古時代的古菌群落）。通過與江南大學、中南林業科技大學、華為等高校及企業展開深度合作，我們將中國近千年的釀酒智慧與科技創新相結合，用古窖微生物釀造更高品質的酒，併成立了由中國食品工業協會主導的“中國白酒古跡遺存與微生物釀酒工程技術中心”以及與江南大學合作的“江南大學-李渡酒業（元代）古窖微生物聯合研發中心”。

## 產品安全事故與召回

我們在《不安全食品召回管理制度》中，明確規定了食品安全小組的職責權限，以及不安全產品處理和召回流程。2023年，珍酒李渡集團無任何因安全與健康問題召回產品的事件發生。

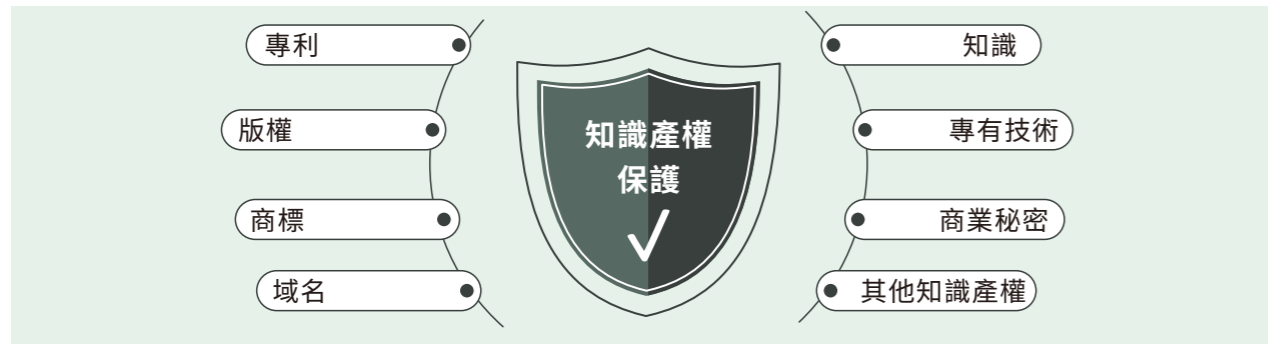
此外，我們每年會進行一次產品召回模擬演練。今年我們執行了500ml邵陽大曲光瓶酒商標破損和李渡高粱酒光瓶內塞泛黃變質的產品模擬召回計劃，通過成立HACCP小組檢討決議任務安排和處理方案，同時，技術人員對召回產品開展安全危害分析。員工通過實踐進一步熟悉與了解產品召回流程。

## 我們的關鍵績效指標

因安全與健康問題而需召回的產品數量百分比為

0

## 知識產權保護



我們認為專利、版權、商標、域名、知識、專有技術、商業秘密及其他知識產權對我們的業務經營至關重要。截至2023年末，我們已於中國註冊了24項版權、196項專利、1156項商標及72個域名。此外，本年度我們已就1項專利及394項商標提交了註冊申請。



## 我們的政策

### 知識產權保護政策

我們的政策概述了我們的專責團隊於知識產權註冊、備案及申請期間應遵循的標準應用程序。

## 我們的行動

我們主要依賴專利、版權、商標、商業秘密及不正當競爭法及合約權利(如保密協議)共同保護知識產權。我們所有的僱傭協議及商業協議均明確列示了知識產權所有權及保護相關的權利義務條款。

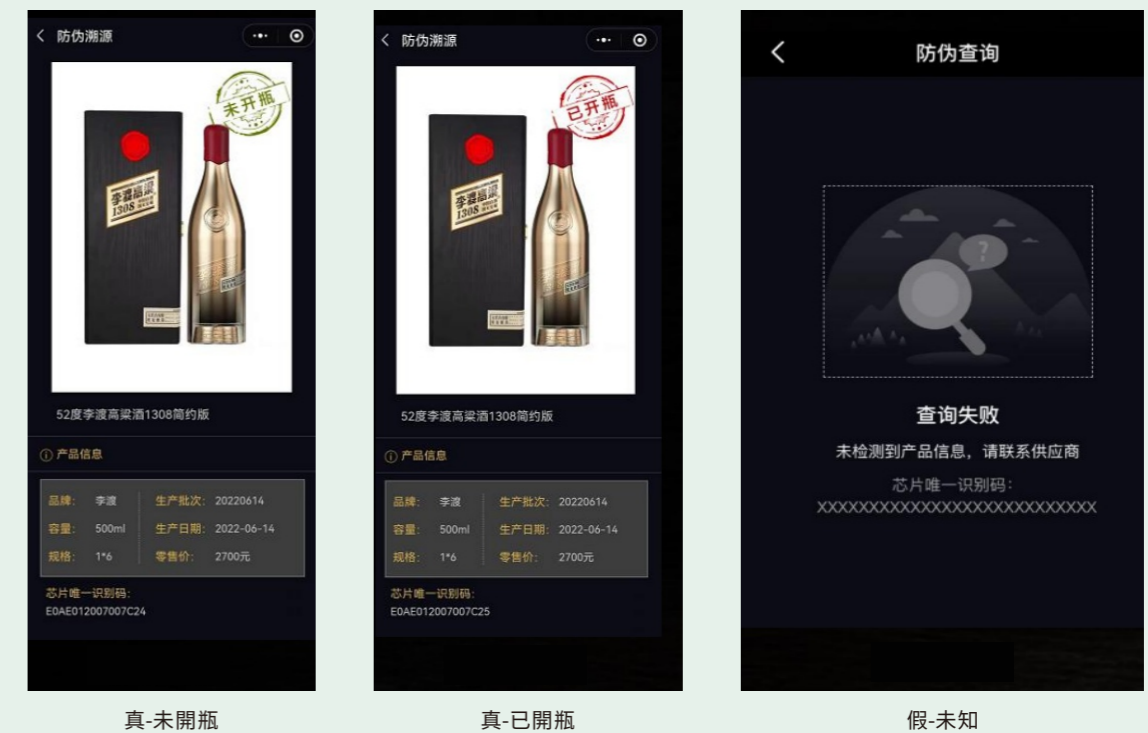
根據我們的知識產權保護政策，珍酒李渡公關部專責團隊負責及時登記、備案及申請珍酒李渡集團知識產權的所有權，併於需要時委聘專業的知識產權服務供應商。

此外，為打擊假冒產品，保護我們的品牌聲譽，市場監督部門下屬特別團隊負責監察併處理假冒品事件。如發現任何假冒產品，我們會根據知識產權顧問及律師的意見，提起法律訴訟併採取其他應對措施。

## 案例研究 李渡1308——基於晶片驗證的防偽升級

由於二維碼防偽技術易損壞且造假技術門檻低，晶片安全級別較高且不可複製，我們在李渡1308產品瓶蓋的外蓋和內蓋之間增加一層晶片，保證瓶蓋外觀不變，同時達到開蓋破壞晶片的作用。此外，我們改造瓶身原有的鐳射碼，保證和晶片識別碼一致，並將瓶箱關聯，用於掃碼出庫和物流溯源。

業務員可借助線上系統對市場上的流通產品檢查是否存在竄貨、假貨流通等情況。而消費者只需手機進入相關APP並貼近瓶蓋頂端識別，便可完成品牌驗真。





## 飲酒有度 營銷有方

從原糧採購、釀造發酵，到窖藏勾調、灌裝包裝，經歷了無數道工序與蛻變之後，一瓶珍酒李渡白酒終成消費者的杯中美酒。我們堅持負責任營銷，積極倡導理性飲酒，用心守護消費者的健康。



## 理性飲酒及負責任營銷

作為負責任的白酒企業，我們深切關心消費者的健康。我們對社會以及消費者的影響力與日俱增，我們積極倡導理性飲酒，杜絕未成年飲酒、酒駕以及過度飲酒，提倡和諧健康生活。

### 我們的政策

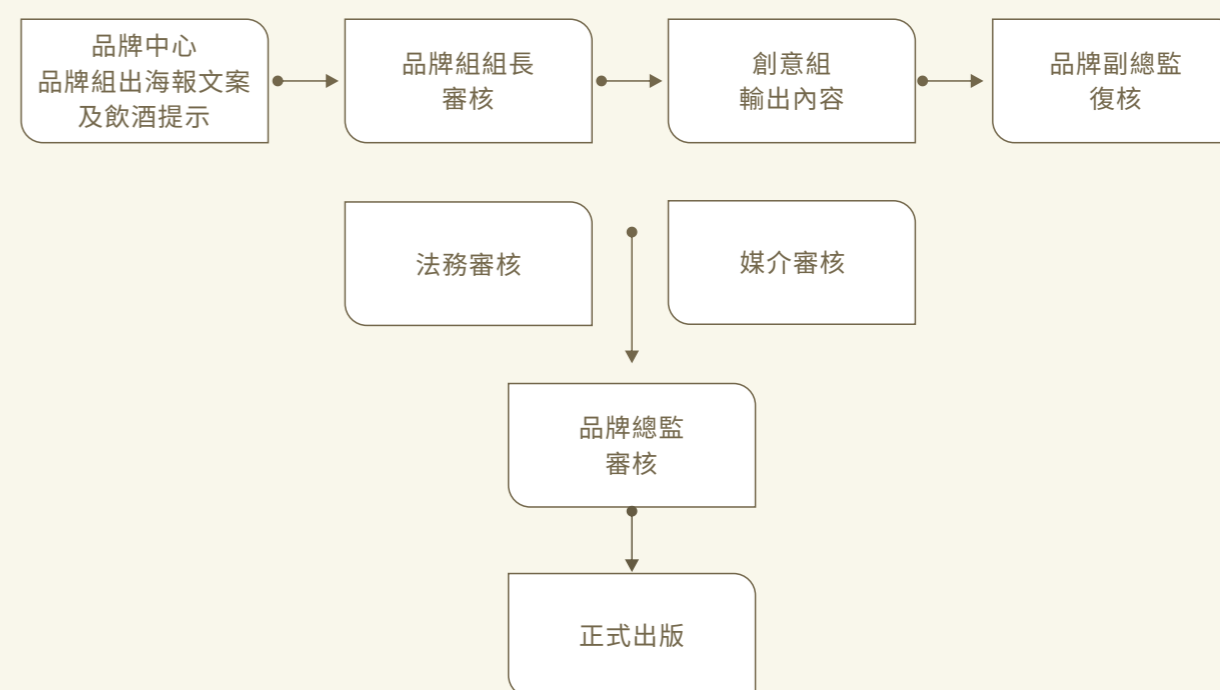
#### 負責任營銷、廣告和銷售政策

我們從2022年開始推行負責任營銷、廣告、貼標和銷售政策，基於《中華人民共和國廣告法》，明確規定為發佈廣告所需執行的申請及責任營銷審查程序。隨著我們的影響力越發深遠，我們需要對我們的宣傳內容負責，嚴格禁止不當內容的宣傳，併在日常銷售實踐中嚴格禁止不當的銷售行為以及措辭，積極倡導消費者“理性飲酒，健康生活”。

### 我們的行動

#### 負責任營銷內控機制

我們不定期對經銷商的營銷團隊以及營銷方式和材料進行回溯性審核。同時，珍酒、李渡和湘窖分別建立了廣告投放的審核流程，要求廣告在投放時須經過法務及ESG管理部的負責任營銷審核才能最終面世，確保我們的宣傳內容以及銷售方式合法合規，為正確引導消費者理性飲酒觀念，杜絕過度飲酒、酒駕、未成年飲酒等不當宣傳提供了保障。



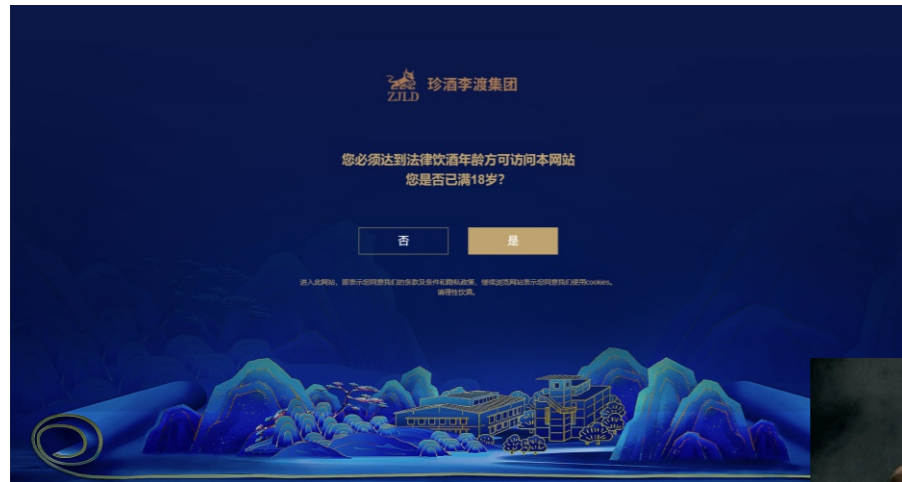
## 負責任行銷培訓

根據我們的負責任行銷政策的要求，我們每年舉辦負責任行銷培訓。我們的培訓範圍涵蓋各品牌推廣團隊、銷售團隊及經銷商，就推廣和銷售過程中須注意的各事項開展教育和規範。

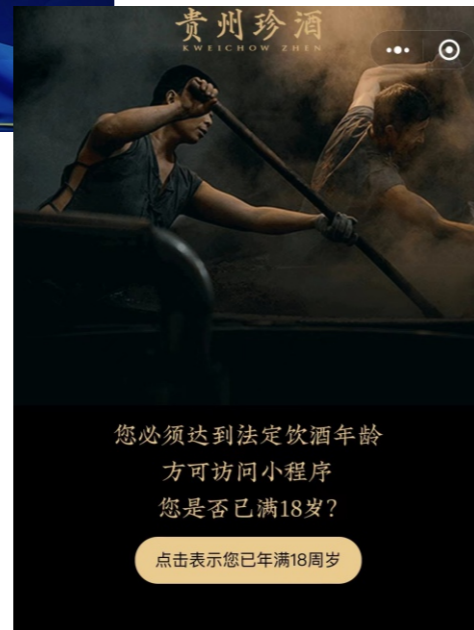
2023年，為進一步提升經銷商的可持續運營能力、推廣負責任飲酒理念並保護消費者的合法權益，在對集團內部銷售人員進行負責任行銷培訓的基礎上，我們還通過線上課程的方式開展了經銷商負責任行銷管理培訓，指導經銷商瞭解負責任行銷內容、行銷方式，同時明確說明禁止行銷的內容和銷售方式，使經銷商們成為我們負責任行銷理念的推廣者，與我們一同為社會以及消費者負責。

## 責任飲酒提示

我們致力於負責任飲酒宣傳，所有白酒產品均附有責任飲酒提示標識。此外，自2022年，我們在官方網站、自建小程序等所有主要線上平臺進行年齡驗證，以減少對未成年人的品牌宣傳，預防未成年人飲酒。

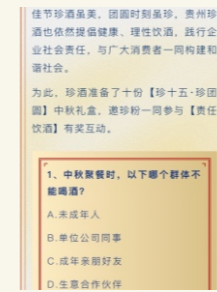


珍酒李渡官網-責任飲酒年齡驗證



珍酒小程序-責任飲酒年齡驗證

## 責任飲酒宣傳



“理性飲酒知多少”  
有獎趣味競答活動

2023年，集團旗下的各品牌利用自身自媒體渠道，多次開展“理性飲酒知多少”有獎趣味競答活動。活動一經推出即獲得消費者熱捧，消費者在積極參與的同時，活動也嚮消費者傳遞了集團“少喝酒、喝好酒”的品牌價值觀。

2023年11月，以“適量飲酒，快樂生活”為主題的“全國理性飲酒宣傳周”活動正式啟動，我們積極響應活動倡議，在全國7個省份、50家門店通過門店內張貼理性飲酒海報、嚮顧客發放理性飲酒宣傳冊的形式進行理性飲酒宣傳，讓更廣泛的消費者了解併樹立“理性飲酒”理念。



全國理性飲酒宣傳周門店張貼海報



李渡醉酒屋

此外，集團在李渡酒廠景區打造醉酒屋，通過房間斜坡設計模擬醉酒眩暈狀態，提示消費者和遊客理性飲酒。

## 我們的關鍵績效指標

2023年公司誤導性宣傳、缺乏健康提示等不合規情況為

0

## 客戶服務

集團已建立完備的客戶管理體系，通過客戶服務團隊回應客戶需求、協調產品物流及交付、收集客戶反饋及處理客戶投訴。我們設有客服熱線及線上溝通平臺，與客戶保持順暢溝通。

### 我們的行動

#### 線上客戶管理體系與制度

對於線上客戶，我們採取私域運營的服務模式，即客戶在平臺完成購買行為後，我們通過客戶購買信息，使用集團企業微信添加客戶微信，提供售後服務及後期復購諮詢服務。



#### 客戶投訴接待機制

我們要求銷售人員必須發送集團專門用於接待投訴的電話號碼給客戶，以便客戶與銷售人員發生爭執時，能有直接的投訴渠道，避免投訴升級。

同時，我們設置專人專崗緊密與市監局對接，處理客戶因對服務不滿意，或溝通中產生誤解而嚮市監局投訴的案件，積極進行協商處理，圓滿解決客戶問題。

#### 客戶投訴處理機制

##### 針對合理訴求

對於產品及物流服務過程中出現的問題(如漏酒、破損、臟汙、發錯貨等)，分種類進行授權處理。我們設置了快速小額理賠、先退款再退貨、退貨後退款、退款不退貨、直接補發貨品等方式進行客戶維護，快速解決客戶問題、安撫客戶情緒，滿足客戶訴求。

##### 針對個性化訴求

對於非產品或非物流問題，但客戶仍然堅持退貨的，我們對完整包裝的產品同意退貨，經過質檢後進行退款。

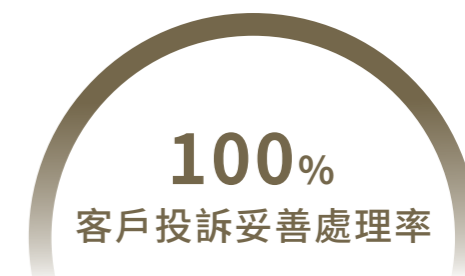
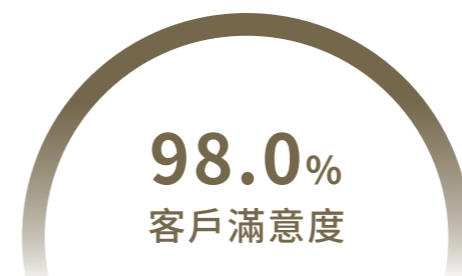
同時，我們會記錄所有投訴事件及任何調查或處理結果，以追蹤客戶投訴處理進度及效果。

#### 客戶滿意度調查及提升

我們的客服人員主動開展客戶滿意度調查，以更好地了解客戶的評價與反饋。我們對客戶服務相關指標進行精細化拆解及統計，就客戶滿意度、消費者問題解決時間等數據進行深度分析，以不斷提升客戶滿意度。

針對線上購買的用戶，我們匹配1對1的專屬服務客席，在客戶購買產品前提供良好的諮詢服務。客戶購買後，我們根據SOP提供相應服務：客戶下單次日同步快遞單號與物流情況，第三日問詢簽收破損情況及時處理售後問題，第五日諮詢是否需要開票服務，第七日與第15日諮詢客戶飲用體驗，收集消費者意見。

### 我們的關鍵績效指標



## 數據安全及隱私保護

我們通過IT系統及各大電商平臺，與眾多供應商、經銷商及廣大消費者進行業務往來。我們極其重視業務數據的安全與隱私，通過多種措施建立數據安全的防火牆，為業務夥伴和消費者負責。

### 我們的政策

#### 數據安全及隱私保護

基於《中國人民共和國個人信息保護法》，我們的政策將各類數據按敏感度進行分類，併詳細規定各項信息安全保護程序，以確保數據及客戶隱私安全。

### 我們的行動

#### 數據隱私保護措施

我們努力提高數據安全水準。我們在數據庫部署防火牆，以保護業務數據免受入侵或駭客攻擊。同時，我們部署數據異地備份系統，以確保數據安全。根據我們的政策，必須通過集團特定的虛擬專用網絡 (VPN) 方可訪問珍酒李渡的核心業務數據，進一步防止了數據洩露。

此外，我們使用第三方系統對客戶數據進行收集和管理。我們對集團員工設置了資訊許可權，每名銷售人員只能查看自己維護的客戶資訊，縮小員工對公司全部客戶資訊的接觸機會。同時設置了無法批量匯出、記錄查看資訊操作行為等的系統安全措施。若我們收集到消費者回饋的資訊洩露事件，會第一時間報技術資訊部登記，通過竊取人掌握的資訊、消費者的情況、訂單執行流程，尋找共通點，排查風險、完善管理。

#### 數據隱私保護管理

我們將數據資產按重要性、敏感性程度不同分為四種級別，針對不同級別的數據提取及下發制定不同的審批要求和安全處理要求，併明確各部門利用數據資產時的工作職責。如發生數據資產丟失、洩露等事故，對事故責任者視情節輕重給予批評教育、經濟處罰、行政處分。若觸及國家相關法律或對公司造成重大影響的，將交由司法機關依法處理，同時追究事故單位或部門負責人的責任。

### 數據安全及客戶數據保護培訓

2023年，我們在各品牌針對所有面嚮客戶的雇員（包括銷售人員及客戶服務團隊）開展數據安全及客戶數據保護培訓課程。通過強調數據隱私的重要性併介紹有關如何保護客戶數據的最佳實踐，提高了員工的數據安全意識，指導員工處理不同級別的數據提取及下發。

### 我們的關鍵績效指標

客戶隱私侵犯和客戶資料泄露相關的投訴數為

0



## 以人為本 培育匠才

一瓶瓶珍酒李渡白酒的背後，是一位位珍酒李渡人日復一日、年復一年的堅守與付出。在珍酒李渡白酒的ESG旅程之中，我們始終堅持以人為本，育良才、惜良將，為每一位員工的成就喝彩。我們相信憑借極具凝聚力和戰鬥力的優秀團隊，珍酒李渡可以走得更遠、更穩、更好。堅持“以人為本”，多元化與包容性是珍酒李渡企業文化的重要組成部分。我們尊重併維護員工權益，致力於員工的成長與發展，為提升員工在珍酒李渡的幸福感與歸屬感而不懈努力。



### 我們的政策

#### 人力資源管理制度

我們的政策制度完全符合《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》及其他適用的中國法律法規在招聘、晉升、薪酬、工作時間、假期、福利待遇及解雇方面的相關規定。

此外，我們的政策明確禁止使用童工及任何形式的強制勞工。具體而言，為避免有關風險，我們的政策要求我們的人力資源團隊對求職者進行身份證驗證及背景調查。儘管從未發生有關事件，但我們亦對發現使用童工時報告事件及處理程序進行規定。

#### 培訓與發展政策

我們的政策概述了珍酒李渡全面的培訓體繫，包括入職培訓、年度及季度培訓、技能學習課程及測試、晉升培訓等。

### 我們的目標

我們著力於通過培訓提升員工反貪腐意識、數據安全意識和負責任營銷意識，形成規範持續的培訓機制；切實保障員工權益，增強員工對公司的歸屬感和認可度。為此，我們設立了2024年員工及管理層平均培訓小時數均不低於40小時，及員工滿意度調查回復率不低於90%、員工滿意率達85%的目標。

#### 2024年的目標

員工及管理層平均培訓  
小時數均不低於**40**小時

員工滿意度調查  
回復率不低於**90%**

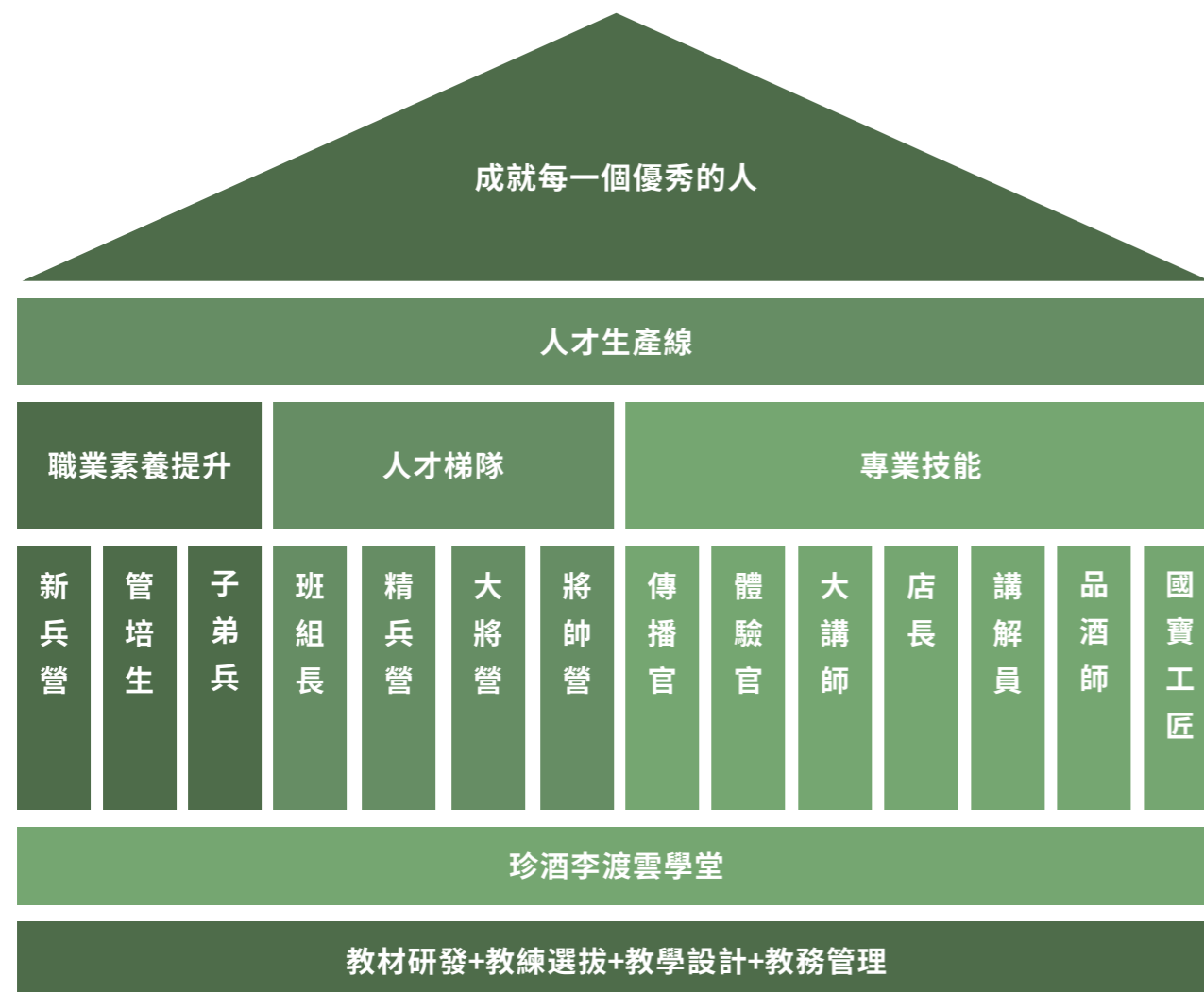
員工滿意率  
達**85%**



## 我們的行動

### 員工培訓

我們建設了全面的培訓體系，包括有針對性的入職培訓、覆蓋各層級的素質建設培訓，以及涵蓋各專業職能的能力提升培訓。具體而言，我們基於營銷管理和生產管理兩大閩塊，從職業素養、梯隊建設和技能認證三個方面，針對不同層級的員工分類開設相應的特訓營及各類專題強化班，同時尋找外訓機會以幫助員工激發潛能，拓展技能。針對新入職員工，我們採取師徒制、導師制的培訓方式，為員工從入職第1天開始提供全職業周期的培訓課程，讓新員工感受關懷的同時高效適應工作環境，提高工作技能。



### 領導力培訓

集團通過大將營、將帥營等項目，為全部中層以上管理員工進行領導力相關培訓，課程內容包括6S管理與實戰、卓越績效評價准則和管理模式、國際國內形勢和警示合規教育等，通過階段性課程學習，導師輔導，項目實踐，線上考試和演講答辯，管理員工持續改進管理技巧併引領團隊成長，成功完成管理者角色的轉變。



“將帥營”訓練營

### 員工晉升



五星通關

為推動內部技術骨幹員工快速成長併有能力勝任管理崗位，我們開發了“五星通關”制度。通過領導力培訓、知識測試和績效評估而獲得“五星”評定的學員，不論性別、年齡或背景，均有資格實現快速晉升。

此外，針對儲備人才，我們每2-3個月會組織安排車間儲備人才談話，為其制定針對性的發展路徑及建議，了解員工在工作及生活上的困難併及時伸出援手。

每**2-3個月**會組織安排車間儲備人才談話



儲備人才談話

### 員工股權激勵

除基本工資、津貼及其他福利外，我們在2023年還執行了覆蓋廣、力度強的員工股權激勵方案。為充分調動高管和核心優秀人才的積極性、主動性和創造性以進一步提高公司經營管理水平，集團嚮718名員工授予約1.17億份股權，在完善公司薪酬考核體系的同時，有效將股東、公司和骨幹員工三方利益結合，實現價值共享。

2023年集團  
嚮**718**名員工  
授予約**1.17**億份股權

## 員工薪酬與福利

我們的僱員獲基本工資、津貼及其他福利。與當地平均水平比較，我們已為所有僱員（包括一線工人及銷售人員）提供了有競爭力的工資。除現金福利外，我們亦為僱員提供各項非現金福利。其中生活福利包括房租補貼、公車補助、通訊補貼、人才補貼、購房補貼、生日福利酒、節日禮品、退休慰問、高考家屬子女旅遊等。此外，我們每個月都給員工發放固定的團建津貼，用於各種團建活動，包括體育賽事活動、野外露營活動、免費贈酒及團隊旅行等。



我們設立僱員關愛基金，協助突然遭遇經濟睇難及危疾員工及其家人（包括配偶、父母及子女）度過難關。

## 多元化與包容性

我們高度重視性別平等、多元化、包容性、反歧視、同工同酬等社會議題。我們致力於維護女性應有的職業權利，保證同工同酬。我們定期組織開展關於性別平等、防止職場性騷擾、生育保健、女性領導力等一繫列培訓和講座。我們致力於創造女性友好的工作場所，各酒廠均配備母乳室。

此外，我們定期組織開展不同民族之間的文化交流，為少數民族員工提供更為包容的就業場所。



我們為女性員工開設技能培訓併提供更多轉崗機會，從集團內部選拔女性行車司機、女性叉車司機併為其提供相關培訓。

## 案例 女性員工內部轉崗渠道

為進一步培養和賦能女性員工，集團開設了專業技能培訓課供女員工學習，併提供相應的轉崗機會。其中，李渡包裝車間女性員工可自願免費報名，獲得行車及叉車相關駕駛培訓。2023年，李渡已有2名包裝車間一線女工獲得相關資質，併進行了內部轉崗。

## 員工滿意度調查

我們注重員工的意見反饋，通過搭建多樣透明的溝通和反饋渠道，及時了解併回應員工的想法和訴求。2023年，我們開展了覆蓋集團總部、三家酒業及數字營銷中心的全業務條線員工滿意度調查，回應率超過95%。通過本次員工滿意度調查，我們更好地了解到員工對我們企業戰略、文化及工作環境的看法，針對員工滿意度較低的重點領域，制定具體的改進計劃，併同各個部門主管進行溝通，落實改進方案。



2023年員工滿意度調查結果

## 數據披露

指標	2023年
按性別劃分的受訓僱員百分比(男性)	98.3%
按性別劃分的受訓僱員百分比(女性)	94.5%
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比(主管級以下)	94.5%
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比(主管級及以上)	93.7%
按性別劃分,每名僱員完成受訓的平均時數(男性)	107
按性別劃分,每名僱員完成受訓的平均時數(女性)	86
按僱員類別劃分,每名僱員完成受訓的平均時數(主管級以下)	83
按僱員類別劃分,每名僱員完成受訓的平均時數(主管級及以上)	95

指標	2023年
按性別劃分的僱員總數(男性)	7,655
按性別劃分的僱員總數(女性)	3,353
按僱傭類型劃分的僱員總數(全職)	11,008
按僱傭類型劃分的僱員總數(臨時工)	0
按年齡組別劃分的僱員總數(30歲以下)	3,659
按年齡組別劃分的僱員總數(30-50歲)	6,622
按年齡組別劃分的僱員總數(50歲以上)	727
按地區劃分的僱員總數(省內)	8,713
按地區劃分的僱員總數(省外)	2,295
培訓投入(萬元人民幣)	905.2



## 心存善念 反哺社會

釀得美酒,添香人間,文化底蘊和社會責任決定一瓶酒能走多遠。從產品到品牌,我們在持續提升產能、質量和服務的同時,更專注於珍酒李渡白酒所承載的文化精神和責任擔當。釀造幸福、傳承文化,我們一直在路上。



## 文化傳承

任百年來，酒與中國傳統文化相互影響、相互促進、相互融合，滋養了文人墨客的靈魂，孕育了不朽的詩詞歌賦。因此，通過酒這一載體，珍酒李渡的ESG之旅也致力於守護、傳承和弘揚中華傳統文化。

### 守護 保護酒中“活化石”，一滴澎湃800年

李渡遺址廠區保存有中國白酒最古老的窖池——元代窖池。2002年，李渡元代燒酒作坊遺址經考古發掘，不僅發現自元代到民國的古窖池群及大量文物，還有均勻呼吸800年的167個古菌群落(OTU)。為更好地體現文物的歷史價值、文化價值、科技價值、時代價值，李渡經政府批准後，決定復活古窖池中的釀酒微生物，在維護文物資源的風貌完整性的基礎上，通過保護性釀造讓文物活起來。因古老窖池群的獨到價值對中國白酒的窖池研究及擴培進程有推動作用，李渡酒業還與江南大學、中南林業科技大學、華為等多家高校、名企達成深度合作，進一步加強文物古窖微生物的研究與保護，持續進行文物釀酒研究，致力於用活體保護方式進行文物保護與文化傳承。



李渡元代窖池

### 傳承 月滿金秋珍寶宮——中國非遺金箔技藝

南京金箔工藝，始於東晉，至今已經有一千六百多年的歷史。它和醬酒釀造有相似之處，工藝都極為繁復。2023年9月，珍酒李渡聯合南京金箔博物館、知名建築設計師，以傳統非遺金箔技藝結合3D打印技術，打造出“月滿金秋珍寶宮”，其整體設計思路借鑒了諸多中國詩詞對月宮的浪漫描述，將中秋節典故與飲酒文化相結合，模擬豐富靈動的月宮場景，也呼應珍酒李渡的美妙飲酒體驗。

金箔月宮傳遞了珍酒李渡的匠心精神，回應了董事長吳嚮東提出“未來之珍”的發展規劃，不僅追求產品的高品質、高價值，更將以藝術、文化賦能其產品、品牌。



金箔打造



月滿金秋珍寶宮

### 傳承 錦上珍龍——“東方瑰寶”南京雲錦織造技藝

2023年12月，珍酒李渡上線“萬事興龍”繫列產品，以珍十五、珍三十經典產品為基礎，聯合中國非物質文化遺產雲錦木機妝花手工織造技藝(雲錦)代錶性傳承人金文大師共創呈現。金文大師錶示，民族工藝美術作品不僅要傳承傳統技藝，也要活在當下，與現代生活相結合。當千年雲錦技藝遇上千年白酒文化，兩大中華文明的璀璨結晶迸發出新的風採。

“錦上珍龍”從文化傳承的角度詮釋了珍酒對中國白酒工匠精神的尊重與堅守。同時，“萬事興龍”繫列通過創新藝術手段和方式，既助力了非遺文化活態傳承發展，又涵養了珍酒李渡的傳承之美。



“萬事興龍”繫列產品



金文大師與珍酒

### 弘揚 七子申遺，中國白酒飄香世界

“讓中國文化遺產飄香世界”，是珍酒李渡的宏大願景。在助力白酒申遺，加速中國工業遺產走嚮世界的道路上，珍酒李渡始終走在行業前列。

2023年4月28日，李渡與瀘州老窖、茅臺、五糧液、古井貢酒、汾酒、洋河聯袂申請進入“世界文化遺產”。七家酒企均擁有“全國重點文物保護單位”和“國家工業遺產”稱號，被譽為中國白酒“七子”。



李渡總經理湯嚮陽發言

## 公益事業

回饋社會始終是我們不忘的初心，我們積極投身於社會公益事業，抗震救災、關愛留守兒童、助力教育事業、保護生物多樣性等一繫列實際行動詮釋了我們有責任、有擔當的企業形象。

### 慈善及救災

我們積極投身慈善事業，關注社會弱勢群體，併通過多次捐款捐物迅速嚮災區人民伸出援手。

#### 太陽村公益活動

2023年10月，我們前往都昌民間兒童救助慈善機構“太陽村”，開展“同心共渡，為愛守護”愛心公益活動，為太陽村的孩子們送去生活物資，併捐款10萬元作為教育基金。期間，我們嚮太陽村全體兒童承諾，以後每年至少來太陽村開展一次公益活動。



太陽村活動

#### 積石山縣抗震救災

2023年12月22日，我們嚮遵義市慈善總會捐款100萬元，用於積石山縣地震災區緊急救援、受災群眾的生活救助以及救援隊伍的禦寒保障等相關工作，我們堅持人民至上、生命至上、履行社會責任，竭盡全力做好抗震救災工作，與災區人民患難與共。

### 支持青少年教育

我們重視青少年教育，通過公益教育投入，參與建設美好社會、美好大學和美好人生。為教育公平貢獻力量。

#### “我的大學夢”大型公益助學愛心基金

“湘窖·我的大學夢”大型公益助學愛心基金由共青團湖南省委與湘窖酒業共同成立，每年為不少於1,000名參加高考併被全日制普通高等院校錄取的湘籍睢難高中畢業生提供每人5,000元助學金，我們已經連續6年捐助超過6,480名學生圓夢大學，累計捐款超過3,340萬元。



湘窖·我的大學夢

李渡酒業攜手江西希望工程設立“國寶李渡·我的大學夢”公益助學基金。我們已經連續五年資助當年高考的睢難應屆學子，每人一次性資助5,000元人民幣，合計捐贈1,000萬元，助力被全日制普通高等院校錄取的江西籍經濟睢難的高中畢業生圓大學夢。



國寶李渡·我的大學夢

### 守護生物多樣性

生物多樣性是人類賴以生存和發展的基礎，是地球生命共同體的血脈和根基。我們長期致力於保護生態繫統，減少生產營運活動對生物多樣性的影響，併呼籲公眾保護生物多樣性。

#### 助力“鄱陽湖國際觀鳥季”



2023年12月，第三屆鄱陽湖國際觀鳥季在永修吳城鎮開幕，作為本屆觀鳥季的指定合作夥伴，我們在活動期間舉辦了生態李渡攝影展，設立“國寶李渡公益觀鳥點”，發揮企業力量，倡議公眾守護國寶白鶴，積極保護鄱陽湖地區的生物多樣性。

#### 保護珍稀冰雕藝術活動



2023年10月，我們聯合貴州省野生動物保護協會在貴陽舉辦“貴州珍酒保護珍稀”冰雕藝術公益活動。活動以冰雕的藝術形式復刻瀕危野生珍稀動物，併在繁華熱鬧的街區進行展出，借助冰雕動物逐漸消融為水的過程，凸顯野生動物面臨的瀕危現狀，呼籲大眾關愛野生動物生存狀況，保護生態、守護珍稀。

ESG數據	2023年全年
專注貢獻的範圍(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)及在專注範圍所動用的金錢(人民幣萬元)	2,505.57
教育(人民幣萬元)	1,315.37
抗疫(人民幣萬元)	6.56
抗災(人民幣萬元)	107.00
慈善(人民幣萬元)	56.00
文體事業(人民幣萬元)	220.07
社區公益/扶貧(人民幣萬元)	120.11
環境(人民幣萬元)	7.00
其他(人民幣萬元)	673.46

ESG數據	2023年全年
專注貢獻的範圍(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)及在專注範圍所動用的時間(小時)	17,715
教育(小時)	4,666
抗疫(小時)	120
抗災(小時)	48
慈善(小時)	868
文體事業(小時)	5,880
社區公益/扶貧(小時)	4,530
環境(小時)	288
其他(小時)	1,315

## 鄉村振興

釀酒行業源於糧、興於糧，沒有高品質原糧就沒有高品質美酒，我們深知一瓶好酒的誕生源於自然的饋贈與糧農的辛勤勞作。“飲酒思糧”，我們致力於以產業發展反哺農業、造福農戶，持續助力鄉村振興。

### 我們的目標

我們旨在於2025年前推動農村就業人數較2021年基準增加50%，上遊農產品採購噸數翻一倍。2023年，集團農村雇員人數達到6,921人，拉動上遊農產品採購166,828噸，已提前2年完成既定的ESG戰略目標。



### 我們的行動

作為領先的白酒品牌，在推動企業發展的同時，我們致力於造福當地經濟、持續推進鄉村振興。

#### 以產業融合促進鄉村產業振興

近年來，珍酒李渡積極搶抓遵義大力發展有機高粱種植基地的發展機遇，不斷深化和種植基地的合作，通過“公司+基地+合作社+農戶”的組織方式，推動高粱種植規模化發展、標準化生產、信息化管理，帶動遵義、邵陽和進賢周邊地區高粱產業轉型升級。同時，不斷加大對當地農村紅纓子高粱等原材料的科技種植扶持，規範原材料的收購和加工，走出了一條生態優先、綠色發展的新路子。

通過嚮當地農戶下單，併且給予科技、人才培訓等支持，拉動了當地農民種植高粱的積極性，併借此來實現全生產鏈的精細化運營管理，真正通過“手把手”幫扶，來助力當地農戶就業增收。

目前，珍酒李渡已在遵義下屬12個縣區發展紅纓子高粱種植基地40萬畝，帶動4萬多個農村提高家庭收入。我們還帶動引進25家配套包材企業入駐遵義，推動當地紙包材配套率達90%以上。以“一業興帶動百業旺”，大力推進農業現代化、產業鏈條化，為促進農村農民共同富裕貢獻力量。

## 案例 CEO顏濤全國人大會議發言



CEO顏濤人大發言

2023年全國兩會，第十四屆全國人大代錶、珍酒李渡集團CEO兼湖南湘窖酒業總裁顏濤錶示：“在貴州及湖南等地有大量高粱種植基地，在這些適合種植高粱的地區，出臺支持政策，鼓勵農民利用山區及丘陵地帶的邊角田地種植釀酒高粱，將邊角田地變廢為寶。這樣既保護了耕地，使土地合理利用，又能激發農民種糧積極性，帶動農民致富，還有利於幫助解決釀酒用糧問題，有助於保障糧食安全。”以2021年在茅臺鎮雙龍村動工的金東珍酒莊園為例，該項目全部建成投產後，可帶動約20萬畝本地有機高粱種植。

## 促進農村人口就業

全面推進鄉村振興，人才是第一資源，也是實現鄉村振興的關鍵要素。珍酒李渡在促進就業、引導返鄉人員就近就業等方面做出積極探索。

我們通過技術傳承與創新培養新型產業工人，針對返鄉回流人員，開展一繫列人才培養計劃，積極探索技術培訓方法，不斷提升返鄉人員就業技能，創造條件讓更多返鄉人員成為珍酒李渡生產的一線員工、釀酒技術人才。以老師傅“傳幫帶”的形式，將釀酒技術傳授給新人，幫助新人成為專項技術人才。另外，我們還通過文化素質提升培訓、職業技能培訓等方式，不斷提高農村勞動力就業能力，助力農村勞動力更好就業。



珍酒李渡釀酒車間員工釀酒

# 附錄

## 報告原則

本報告按香港聯交所上市規則附錄27的“重要性”“量化”“平衡性”及“一致性”報告原則編制。

### 重要性

我們已進行全面的重要性評價，涉及一繫列與我們關鍵利益相關方團體（包括投資者、消費者、經銷商、供應商、雇員等）的溝通，以識別對我們業務及我們內外部利益相關方屬重要的ESG議題，併確定其優先級。自重要性評價收集的數據亦被用於厘定本報告的披露內容。

### 量化

我們披露可衡量的環境及社會關鍵績效指標，併於適用時設定量化錶現目標。我們披露歷史數據（包括2021年的數據作為基準年）以比較我們的業績，併展示我們隨時間推移取得的進展。

### 平衡

我們以結構化及清晰的方式編制本報告，其公平反映我們的舉措、進展及錶現。

### 一致性

我們貫徹採用一致的方法，以便隨時間推移對ESG數據進行有意義的比較。

## 績效表

### 環境績效

指標	單位	2021年	2022年	2023年
<b>水</b>				
新鮮水取水總量	噸	1,306,799	1,844,350	2,236,919
新鮮水取水強度	噸/噸	118.18	66.12	49.93
耗水量	噸	882,385	1,009,138	1,168,775
耗水強度	噸/噸	79.80	36.18	26.09
廢水排放量	噸	424,414	835,212	1,068,144
廢水排放強度	噸/噸	38.38	29.94	23.84
氨氮排放量	千克	740	2,021	4,202
化學需氧量(COD)排放量	千克	18,827	33,685	37,275
生化需氧量(BOD)排放量	千克	7,458	12,485	16,636
<b>能源消耗</b>				
總能源消耗量	吉焦	587,602	1,195,917	1,332,152
能源消耗量強度	吉焦/噸	53.14	42.87	29.73
<b>直接能源消耗量</b>				
天然氣	立方米	13,928,629	28,832,023	33,986,739
柴油	升	50,200	74,700	99,891
汽油	升	未統計	未統計	80,384
<b>間接能源消耗量</b>				
電力使用總量	千瓦時	11,791,980	19,052,763	22,426,343
電力使用強度	千瓦時/噸	1,066.38	682.99	500.54
可再生電力用量	千瓦時	0	0	2,376,024
<b>溫室氣體排放</b>				
範圍1溫室氣體排放量 <sup>3</sup>	噸二氧化碳當量	48,136	97,538	123,719
範圍2溫室氣體排放量(基於市場)	噸二氧化碳當量	6,851	11,070	11,914
範圍2溫室氣體排放量(基於位置)	噸二氧化碳當量	6,851	11,070	13,326

指標	單位	2021年	2022年	2023年
<b>溫室氣體排放</b>				
範圍1和2溫室氣體排放量(基於市場)	噸二氧化碳當量	54,987	108,607	135,633
範圍1和2溫室氣體排放量(基於位置)	噸二氧化碳當量	54,987	108,607	137,045
範圍1和2溫室氣體排放量強度(基於市場)	噸二氧化碳當量/噸	4.97	3.89	3.03
範圍1和2溫室氣體排放量強度(基於位置)	噸二氧化碳當量/噸	4.97	3.89	3.06
範圍3溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	未統計	未統計	1,231,572
<b>廢棄物</b>				
所產生一般固體廢棄物總量	噸	41,592	95,113	158,301
一般固體廢棄物產生強度	噸/噸	3.76	3.41	3.53
危廢產生總量	噸	未統計	2.28	2.66
危廢產生密度	噸/噸	未統計	0.00008	0.00006
<b>廢氣</b>				
顆粒物(PM)排放量	噸	0.94	1.40	2.64
硫氧化物(SOx)排放量	噸	0.36	3.54	11.92
氮氧化物(NOx)排放量	噸	11.99	24.68	23.94
揮發性有機物(VOCs)排放量	噸	0	0	0
廢氣汙染物排放總量	噸	13.29	29.62	38.49
廢氣汙染物排放密度	噸/噸	0.0012	0.0011	0.0009
<b>包裝</b>				
製成品所用包裝材料總量	噸	70,086	47,207	38,388
製成品包材強度	噸/噸	2.28	2.00	1.64
所用可回收、再利用及降解包裝材質總量	噸	未統計	45,913	37,416
可回收、再利用及降解包裝材質佔比(按重量計)	%	未統計	97.26	97.47
酒瓶回收瓶數目	個	0	0	11,642

<sup>3</sup> 2021年及2022年範圍1碳排數據補充涵蓋了甲烷逸散數據，數據基於當年廢水排放量及2023年廢水排放中COD去除量估算。



## 社會績效

指標	單位	2021年	2022年	2023年
<b>產品質量及安全</b>				
產品及服務的投訴數目	數量	未統計	61	150 <sup>4</sup>
因安全與健康問題而須召回的產品數量百分比	%	0	0	0
<b>僱傭</b>				
所有雇員	數量	7,264	10,980	11,008
<b>健康與安全</b>				
員工因工亡故的人數	數量	0	0	0
員工因工亡故的比率	%	0	0	0
因工傷損失工作日數	日	2,191	3,190	2,129
員工嚴重的工傷比率(基於200,000工作小時) <sup>5</sup>	/	1.09	0.98	0.62
可記錄的工作場所事故	起	未統計	未統計	131
總可記錄傷害率(TRIFR)(基於200,000工作小時) <sup>6</sup>	/	未統計	未統計	1.20
<b>發展及培訓統計數據</b>				
按性別劃分的受訓雇員百分比(覆蓋率)				
男性	%	98.7	96.7	98.3
女性	%	98.0	95.0	94.5
按雇員類別劃分的受訓雇員百分比(覆蓋率)				
主管	%	99.0	94.1	93.7
非主管	%	98.7	97.9	94.5
按性別劃分的平均培訓時數				
男性	時	34	68	107
女性	時	38	44	86
按雇員類別劃分的平均培訓時數				
主管	時	66	53	83
非主管	時	35	61	95
員工培訓總投入				
員工培訓費用	萬元	886.1	1141.7	905.2

<sup>4</sup>2023年我們進一步提升客戶服務水平，在更大範圍監測和收集客戶反饋併擴大了產品及服務投訴事件的統計口徑，我們將數字營銷中心接收到的線上投訴事件也納入統計，因此2023年產品及服務投訴事件相較於2022年出現較大幅度增加。

<sup>5</sup>員工嚴重的工傷比率(基於200,000工作小時)=工時損失工傷數量\*200,000/全年總工時

<sup>6</sup>總可記錄傷害率(TRIFR)(基於200,000工作小時)=可記錄工傷數量\*200,000/全年總工時

2023年就業人口統計		
按雇員類別劃分的雇員總數		
全職	名	11,008
兼職	名	0
按性別劃分的全職雇員人數		
男性	名	7,655
女性	名	3,353
按年齡組別劃分的全職雇員人數		
30歲以下	名	3,659
30歲至50歲	名	6,622
50歲以上	名	727
按經營地區劃分的全職雇員人數 <sup>7</sup>		
品牌總部所在的省份 <sup>8</sup>	名	8,713
其他省份	名	2,295
按性別劃分的離職員工占比		
男性	%	60.78
女性	%	39.22
按年齡組別劃分的離職員工占比		
30歲以下	%	38.75
30歲至50歲	%	58.69
50歲以上	%	2.56
按經營地區劃分的離職員工占比 <sup>9</sup>		
品牌總部所在的省份 <sup>10</sup>	%	37.12
其他省份	%	62.88
反腐敗		
2023年貪污相關的訴訟案件	宗	於2023年度，集團無貪腐相關的訴訟案件

<sup>7</sup>2023年我們的所有運營所在地均位於中華人民共和國境內。

<sup>8</sup>品牌總部所在的省份包括貴州、江西和湖南。



<sup>9</sup>2023年我們的所有運營所在地均位於中華人民共和國境內。

<sup>10</sup>品牌總部所在的省份包括貴州、江西和湖南

## 索引

內容		香港聯交所	可持續發展目標	GRI標準
關於本報告		報告範圍		2
治理築基, 保駕護航	企業管治	企業管治守則, 層面 B7, B7.1, B7.2, B7.3	目標16	2, 205, 405
	ESG治理	管治架構		2, 3
	風險管理及內部控制	-		205, 206
	實質性議題和利益相關者參與	匯報原則		2, 3, 413
綠色為源, 責任採購		層面B5, B5.1, B5.2, B5.3, B5.4	目標12	204, 301, 308, 414
永續釀造, 天人合一	應對氣候變化	層面 A1, A1.2, A1.5, 層面 A2, A2.1, A2.3, 層面 A3, A3.1, 層面 A4, A4.1	目標 7, 目標 13	201, 302, 305
	守護水資源	層面 A1, 層面 A2, A2.2, A2.4, 層面 A3, A3.1	目標 6, 目標 14, 目標 15	303, 304, 306, 413
	污染防治	層面 A1, A1.1, A1.3, A1.4, A1.5, A1.6, 層面 A3, A3.1	目標 3, 目標 11, 目標 12	305, 306
	員工健康與安全	層面 B2, B2.1, B2.2, B2.3	目標 3, 目標 12	403
質量爭先, 包裝從簡	綠色包裝	A1.6, 層面 A2, A2.5, 層面 A3, A3.1	目標 9, 目標 12	301
	產品質量與產品責任	層面 B6, B6.1, B6.2, B6.4	目標 3, 目標 12	416
	知識產權保護	層面 B6.3	目標 3, 目標 12	-
飲酒有度, 營銷有方	理性飲酒及負責任營銷	層面 B6, B6.2		417
	客戶服務	層面 B6, B6.2	目標 3, 目標 12	416
	數據安全及隱私保護	層面B6.5		418
以人為本, 培育匠才		層面 B1, B1.1, B1.2, 層面 B3, B3.1, B3.2, 層面 B4, B4.1, B4.2	目標 4, 目標 5, 目標 8, 目標 10	2, 202, 401, 402, 404, 405, 406, 408, 409, 413
心存善念, 反哺社會	文化傳承	層面 B8, B8.1, B8.2	-	413
	公益事業	層面 B8, B8.1, B8.2	目標 1, 目標 2, 目標 17	201, 203, 413, 415
	鄉村振興	層面 B8, B8.1, B8.2	目標 1, 目標 2, 目標 17	413

## 鑒證報告

## 独立鉴证报告

**验证目的**

必维认证(北京)有限公司(以下简称必维)受珍酒李渡集团有限公司(以下简称“珍酒李渡”)的委托对《珍酒李渡集团有限公司2023年环境、社会及管治(ESG)报告》(以下简称《报告》)中披露的温室气体(GHG)排放数据以及新鲜水取水量数据、水消耗数据和废水排放数据执行第三方验证工作。报告中所有相关信息全部由珍酒李渡提供,必维没有参与报告编写过程。必维的职责是在评审报告数据收集、计算、分析和处理过程的基础上,针对报告披露相关数据的准确性和可靠性提供独立的验证声明。

**验证范围**

珍酒李渡委托必维验证以下内容:

验证《报告》在披露期限(2023.01.01—2023.12.31)内的关键数据的准确性、客观性;

对《报告》中披露的GHG排放数据以及新鲜水取水量数据、水消耗数据和废水排放数据的收集、计算、分析等过程进行评价。

以下信息排除在验证范围之外:

信息披露期限之外的活动信息和数据;

关于珍酒李渡立场观点、信仰、目标、未来意图和承诺的陈述;

通过第三方财务审计的财务数据和信息。

**验证方法**

验证过程包括如下活动:

访谈珍酒李渡相关工作人员;

评审珍酒李渡出具的书面证据,包括文件、记录、照片、网站下载等证据;

根据全球报告倡议的准确性、可获得性、平衡、清晰、可比性、可靠性和及时性原则评估信息;

数据收集和统计系统的抽样验证;

评价数据的收集、计算及相关管理流程。

鉴证工作是根据必维国际检验集团的标准程序和可持续性报告外部验证指南进行的,并基于独立验证的最佳实践。鉴证过程中,我们采用了GHG Protocol、ISAE3000(修订版)、AA1000 审验标准、GRI标准和ISO14064-1:2018 标准。

鉴证活动是基于必维认定的合理的、非绝对的基础上进行策划、实施和得出结论。

认证机构地址: 中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室, 邮编: 100738  
需进一步澄清本声明书的核查范围, 可直接向持本声明书者查询  
要查证本声明书之有效状态请电: +86 10 59683888  
第1页, 共2页



BUREAU  
VERITAS

Bureau Veritas Certification

经核查，2023年1月1日到2023年12月31日期间，珍酒李渡集团：

**温室气体排放：**

范围 1：123,718.86 吨二氧化碳当量

范围 2（基于市场）：11,913.90 吨二氧化碳当量

范围 2（基于位置）：13,325.73 吨二氧化碳当量

范围 3：1,231,572.16 吨二氧化碳当量

**水相关数据**

新鲜水取水量：2,236,919 吨

耗水量：1,168,775 吨

废水排放量：1,068,144 吨

根据我们的方法和上述活动，我们认为：

包含在我们保证范围内的信息和数据是准确、可靠的，没有发现重大系统性或实质性错误；

信息以清晰、易懂和易理解的方式呈现；

珍酒李渡已经建立了收集、汇总和分析相关数据的适当系统。

**验证独立性、公正性及能力声明**

必维国际检验集团是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。验证小组成员与委托方珍酒集团无任何利益或冲突关系，验证活动是独立的、公正的。

体系认证事业群总经理  
必维国际检验集团认证部  
2024-04-12

张好玉  
验证组组长  
必维国际检验集团认证部  
2024-04-12

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738

需进一步澄清本声明书的核查范围，可直接向持本声明书者查询

要查证本声明书之有效状态请电：+86 10 59683888

第2页，共2页



**珍酒李渡集團有限公司**

通信地址：

香港東區鰂魚湧太古坊華蘭路25號栢克大廈15樓1504室

電子郵箱：

[esg@zjld.com.hk](mailto:esg@zjld.com.hk)