

江苏洋河酒厂股份有限公司

2023年度董事会工作报告

2023年，江苏洋河酒厂股份有限公司（以下简称“公司”）董事会依照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规范性文件以及《公司章程》所赋予的职责，勤勉尽责地开展各项工作，充分发挥董事会的决策作用，推动公司各项业务保持稳中有进发展态势。

2023年，公司董事会工作情况如下：

一、2023年度董事会主要工作情况

（一）公司治理情况

公司严格按照法律法规要求，并结合公司实际发展情况，不断完善公司的现代企业制度和法人治理结构，构建了以股东大会、董事会、监事会和管理层为主体架构的管理体系，明确了各主体在决策、监督、执行等各个方面的职责权限，并严格遵守相关规章制度开展三会运作，切实维护投资者和利益相关方的权益。

（二）董事会和股东大会召开情况

报告期内，董事会严格按照上市公司监管法规和《公司章程》及公司股东大会、董事会议事规则等规定的权限，规范履行职责。2023年，共召开董事会会议6次，审议22项议案；共召集召开股东大会2次，审议9项议案，股东大会采用现场与网络投票相结合的方式召开，为股东行使权利提供便利，切实保障了中小投资者的参与权和监督权。各项会议的召集与召开程序、表决程序、审议事项等均符合法律法规和《公司章程》的规定，

会议决议合法有效。具体情况如下：

会议时间	会议届次	审议事项
董事会		
2023年 4月24日	第七届董事会第十四次会议	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《2022年度总裁工作报告》 2. 《2022年度董事会工作报告》 3. 《2022年年度报告》全文及摘要 4. 《2022年度财务决算报告》 5. 《关于公司2022年度利润分配的预案》 6. 《2022年度内部控制自我评价报告》 7. 《关于续聘苏亚金诚会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2023年度审计机构的预案》 8. 《2022年度社会责任报告暨ESG报告》 9. 《关于确认2022年度日常关联交易及预计2023年度日常关联交易的议案》 10. 《2023年第一季度报告》全文 11. 《关于授权公司管理层使用自有资金择机购买理财产品的预案》 12. 《关于选举杨卫国先生为第七届董事会战略委员会委员的议案》 13. 《关于召开2022年度股东大会的议案》
2023年 8月4日	第七届董事会第十五次会议	《关于对外捐赠的议案》
2023年 8月28日	第七届董事会第十六次会议	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《公司2023年半年度报告》及摘要 2. 《关于与专业机构共同投资暨关联交易的议案》 3. 《关于注销回购专用证券账户剩余回购股份的预案》 4. 《关于修订〈公司章程〉的预案》 5. 《关于召开2023年第一次临时股东大会的议案》
2023年 10月27日	第七届董事会第十七次会议	《洋河股份2023年第三季度报告》
2023年 11月10日	第七届董事会第十八次会议	《关于聘任公司高级管理人员的议案》
2023年 12月20日	第七届董事会第十九次会议	《关于对外捐赠的议案》

股东大会		
2023年 5月31日	2022年度 股东大会	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《2022年度董事会工作报告》 2. 《2022年度监事会工作报告》 3. 《2022年年度报告》全文及摘要 4. 《2022年度财务决算报告》 5. 《关于公司2022年度利润分配的议案》 6. 《关于续聘苏亚金诚会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2023年度审计机构的议案》 7. 《关于授权公司管理层使用自有资金择机购买理财产品的议案》
2023年 9月15日	2023年第一次临时股 东大会	<ol style="list-style-type: none"> 1. 《关于注销回购专用证券账户剩余股份的议案》 2. 《关于修订<公司章程>的议案》

（三）董事会专门委员会履职情况

公司董事会下设战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会四个专门委员会，各委员会分工明确，权责分明，高效运作，充分发挥专业职能作用，为董事会的决策提供了科学、专业的意见。

战略委员会报告期内共召开1次会议，对公司董事会2022年度工作报告进行预审，对董事会2023年度经营计划、未来规划及其他重大事项提出科学合理的建议，切实履行了战略委员会的职责。

提名委员会报告期内共召开1次会议，对拟聘任高级管理人员进行了严格的资格审查，切实履行了提名委员会的职责。

审计委员会报告期内共召开4次会议，认真督促内审部门日常审计和专项审计等工作，严格审查与财务报告和日常经营等相关的内部控制制度执行情况，积极协调和监督会计师的审计、续聘等事项，切实履行了审计委员会的职责。

薪酬与考核委员会报告期内共召开1次会议，审查管理团队2022

年度履职及薪酬制度执行情况，切实履行了薪酬与考核委员会的职责。

（四）信息披露与投资者关系管理

1、规范信息披露。公司董事会严格按照信息披露监管规则及《公司章程》《公司信息披露管理制度》等制度要求，高效开展信息披露工作。报告期内，公司共发布定期报告和临时报告 54 份，真实、准确、完整、及时、公平地披露公司的重大事项和生产经营信息，为投资者了解公司及进行投资决策提供参考。在深交所组织的信息披露考核中，公司连续十一年获得 A 级评级。

2、积极沟通交流。公司董事会高度重视投资者关系管理工作，持续开展多元化投资者沟通，积极向股东和投资者传递公司价值。报告期内，公司通过热线电话、深交所互动 E、证券事务邮箱等方式与投资者保持常态沟通，并组织实地调研、股东大会交流会、网上业绩说明会等交流活动，深入传递公司发展战略及经营变化，让投资者对公司有更全面更深入的了解。

3、提升股东回报。积极与股东共享企业发展成果，自 2009 年上市至 2022 年度，公司已连续 14 年派发现金红利，累计现金分红 423.23 亿元，为广大投资者带来丰厚的回报。为积极回报股东，公司 2023 年度利润分配预案为：以现有总股本 1,506,445,074 股为基数，用未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 46.60 元(含税)，共计分配现金 7,020,034,044.84 元（含税），占本年度归属于上市公司股东净利润的 70.09%。2023 年度利润分配预案尚需公司股东大会审议。

（五）获得的认可与荣誉

报告期内，公司荣获第七届中国卓越 IR“最佳信披奖”“最佳 ESG 奖”、

“全景投资者关系金奖(2022)最佳机构沟通奖”、“2022 年度金牛最具投资价值奖”、“第十八届金圆桌.公司治理特别贡献奖”、“2023 上市公司董事会最佳实践优秀实践案例奖”等荣誉，董事会工作进一步获得资本市场认可。

二、2023 年度公司经营情况

2023 年，公司积极应对环境变化，坚持以品质品牌赋能发展，加强营销统筹与组织调度，提升运营能力和作战效率，在日益激烈的市场竞争中，总体保持“稳中有进”的发展态势。2023 年，公司实现营业收入 331.26 亿元，同比增长 10.04%；归属于上市公司股东净利润 100.16 亿元，同比增长 6.8%。

(一)品牌建设更加立体。一是依据不同品牌内涵和产品定位，实施差异化品牌传播策略，聚焦达沃斯论坛、上合峰会等大事件，开展谷雨论坛、头排酒开窖节等活动，不断拉升梦之蓝品牌高度；依托“我爱天之蓝”等体育 IP，拉近天之蓝产品与消费者的距离；积极开展消费者互动，将海之蓝进一步打造成大众消费大单品；冠名南京篮球队，打造头排苏酒诗歌音乐节，放大双沟湿地名酒声量。二是以服务市场为导向，开展多场圈层活动，触达重点消费人群，增强消费者粘性；开展春节集“洋”赢大奖、“我是洋河品质推荐官”等活动，对中秋 TVC、城市灯光秀、太湖美音乐会等进行高效投放，提升品牌曝光度，强化终端营销氛围。

(二)品质提升更加持续。一是依托十大研发平台，专注于关键技术攻关，13 项公司级科研课题结题，强化研发成果在生产实际中的应用，促进主导产品品质进一步升级。二是践行“计划组织、指挥调度、督导督查、监控预警、考核评价”工作机制，加强酿酒生产关键工艺参数把控，实现原酒生产量质齐飞。三是公司“梦之队”包揽第七届全国品酒师大赛前三，《绵柔型白

酒创新工艺研究与应用》等三项科技成果通过中国轻工业联合会鉴定，发布《中国绵柔白酒品质发展报告》，为洋河绵柔型白酒品质提供强大理论和技术支撑。四是持续深入产品周期管理，围绕“产品做精、结构优化”开发布局新产品，实现产品迭代的动态平衡。

(三)市场营销更加有力。一是推进市场全国化，强化增点扩面、深化乡镇下沉、优化消费者培育，进一步拓展省外市场；强化大本营市场运作，梳理海天梦主导产品价格体系，优化调整销售策略，推动江苏省内市场稳步发展。二是迭代优化营销组织架构，强化面上统筹、区域聚焦策略，更好驱动业务发展。三是依托数字化工具，优化升级消费者活动，促进主导产品开瓶动销；上线营销智慧中台项目，以指标牵引和协同赋能为核心，提升业务便捷性。四是强化过程指标考核促进营销转型，通过“项目化管理、责任制推进、清单式落实”等，推动营销管理提质增效。

(四)ESG 实践更加深入。一是坚持“以人为本，科学管控”理念，持续健全风险管理与内部控制体系，招采过程实现“去人为化”，重视知识产权保护，不断提升公司规范治理水平。二是高度重视环境管理体系建设，制定双碳行动方案，将“双碳”战略融入企业发展，蓄力打造“生态洋河”。三是积极参与乡村振兴、家乡公益和产业援建，持续参与航天公益活动，积极参与“敦煌梦守护计划”，捐款支持涿州和积石山救灾，组织封藏大典等重大活动融入宿迁酒都建设，不断践行上市企业社会责任和担当。

三、2024 年重点工作安排

2024 年，公司将坚持“稳中求进、以进促稳”的发展基调，坚定“双名酒、多品牌、多品类”的发展方向，推动企业实现可持续成长 and 高质量发展，力

争营业收入同比增长 5%-10%。主要开展以下几方面工作：

（一）聚力攻坚品牌增势。围绕“价值向上、口碑向美”的目标，丰富差异化品牌内涵，构建立体化品牌建设体系。强化手工班高端品牌塑造，突出价值感、稀缺感和体验感，借助文化营销 IP 和大事件，树立高端白酒品牌价值标杆。探索多元化品牌传播方式，持续做好海天梦品牌推广活动，强化对重点消费群体精准触达，让品牌更具热度与活力，进一步提升品牌势能和竞争力。

（二）聚力攻坚销售增量。围绕“深耕大本营、深度全国化”的目标，聚焦大本营市场、省外高地市场和重点区域，推动渠道下沉和精细化运作，挤压抢占更多市场份额。借助营销数字化工具，聚焦海天梦、头排苏酒等战略主导产品，采取更具针对性的销售策略，进一步推动产品结构梯次升级。积极推进终端品推体系建设，有效提升终端运营效能，持续强化厂商一体化建设，并坚持健康可持续发展导向，狠抓市场投入效率和管理水平提升。

（三）聚力攻坚产品增质。围绕品质“真绵柔、更绵柔、最绵柔”的目标，突出基础研究和应用基础研究的主体地位，做好重点技术科研课题攻关和应用，强化酿酒关键工艺参数优化，进一步锻造更高品质原酒。深化全面质量管理新模式，坚持“产用平衡”的原则，增加高端资源储备，打造洋河绵柔更具个性、差异的品质特征，并进一步健全和完善绵柔体系，丰富绵柔产品的价值表达。

（四）聚力攻坚管理增效。围绕“抓管理、提效率、优服务、保安全、促发展”的总体要求，树立“基础工作做极致、价值创造出成果、争先创优比

贡献”的工作导向，筑牢管理基础、加快管理创新，并秉承高效投入的原则，推动降本增效，持续向管理要效益。围绕“数智洋河”顶层规划，注重放大“智改数转”效应，深度构建“自主可控、安全高效、敏捷柔性，以数字化运营为支撑”的智慧供应链体系，加快智慧能源管理平台建设及推广，实现能源数据精准采集、能耗持续降低，进一步优化绿色供应链管理体系建设，树立白酒低碳发展新典范，并加快风险管控向事前预防转型，争创一级安全标准化企业。

有风有雨是常态，风雨无惧是状态。公司将全力以赴争取更好结果，为推进企业高质量发展、现代化建设而团结奋斗，以更高质量发展向新中国成立 75 周年致敬！

江苏洋河酒厂股份有限公司

董事会

2024 年 4 月 27 日