

劲牌七十载 健康向未来

劲牌公司1953-2022年企业社会责任报告



报告范围：

本报告是劲牌公司第16份企业社会责任年度报告。报告数据和信息涵盖的范围包括劲牌公司1953年10月建厂以来至2022年12月31日期间各项企业社会责任发展实践，部分内容以2022年度为主。

编制原则：

本报告编写遵循了全球报告倡议组织（GRI）的可持续发展报告编写指南（G4）和食品加工行业报告编写补充标准（GRI-FPSS）。同时，还参照了联合国全球契约（UNGC）十项原则、国际标准化组织的ISO 26000 社会责任指南及中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR3.0）。

发布形式：

报告以网络版形式发布。网络版可在本公司网站查阅

（网址：www.jingpai.com）

意见反馈：

如对本报告有任何建议和意见，请通过以下方式与劲牌联系：

电话：400-677-1988

地址：湖北省大冶市大冶大道 169 号

目 录

前 言 砥砺前行路	01-02
责任概览	03
第一章 走近劲牌	04-10
第二章 管理创新	11-17
第三章 品质守护	18-27
第四章 产品研发	28-40
第五章 科技创新	41-75
第六章 公益慈善	76-86
第七章 环境保护	87-93
第八章 员工责任	94-104
第九章 品牌传播	105-110
附 录 70年大事记	111-113

// 砥砺前行路 //

时光荏苒，物换星移，白驹过隙间，劲牌已走过七十载。

七十年的岁月，于个人而言，是古稀之年；于企业而言，恰是风华正茂。

劲牌七十载，风雨兼程。1953年，国家第一个“五年规划”开始实施。这一年10月，劲牌公司前身“大冶县新建酒厂”创建。创建之初，仅有酿酒师傅3人，厂址设在杉树排，4000多元钱起家，全厂固定资产4197.50元，每天两班生产，每班两人，每天合计投料880斤，可产48°白酒400斤。其后，创业初始三年，酒厂经历了三次搬迁。随后遇上三年自然灾害和经济困难时期，酒厂尝试用野树果和干苕片酿酒。在那段艰苦的日子里，劲牌人凭着“自力更生、发奋图强”的精神，战胜了一个又一个困难。其后，凭着这股子精神，劲牌人挺过了“十年动乱”。可谓是“有以无难而失守，有以多难而兴邦”。

劲牌七十载，砥砺前行。1978年12月，党的十一届三中全会在北京召开，中国开始实行对内改革、对外开放的政策。改革开放，犹如一股春风，吹醒了神州大地，带来了蓬勃生机。酒厂领导意识到，随着改革开放的到来，人民群众对物质生活的需求会越来越高。这一年，酒厂寻找新的突破口，大胆创新，开始涉足滋补酒的研发。随后，在经历转产味精不成功后，劲牌人一门心思集中精力研发滋补酒。1981年9月，在经过了多年的挫折与失败、艰辛与努力后，酒厂成功研制出第一款滋补酒——“莲桂补酒”。这款酒一投放市场，便掀起不少的涟漪。随后，长寿酒、红楼梦系列酒陆续被研发出来，收到市场消费者的高度好评。1988年春季广交会后，酒厂收到湖北省进出口总公司、黄石市外贸局转来的马来西亚华裔李学理先生定制“中国劲酒”的订单。其后，厂长吴少勋组织6位名老中医对组方进行验证，并多次改良组方。1989年10月，第一批中国劲酒6536瓶500ml中国劲酒如期生产完成，这标志着中国劲酒的诞生！“中国劲酒”的问世，是对中华医药博大精深的又一次诠释。同年12月，酒厂更名为“湖北省皇宫酒厂”。自此，劲牌有限公司走上差异化发展道路，开创出保健酒新品类。

劲牌七十载，风华正茂。1993年，姜昆版“劲酒虽好，可不要贪杯哟”的广告语

登陆央视，从此中国劲酒走进千家万户、妇孺皆知。1997年，125ml“小方劲”横空出世，劲牌公司倡导的“适量饮酒、健康饮酒”理念得以落地。此后，中国劲酒外包装历经9次更迭换代，愈发受广大消费者欢迎，并逐渐成长为中国保健酒第一品牌。2013年，基于“一种有降血脂功能的苦荞酒制备方法”，劲牌公司推出健康白酒——毛铺苦荞酒。随后几年，毛铺苦荞酒的发展一波三折，引领过健康白酒市场的浪潮，也遭遇过市场发展的瓶颈。然而，劲牌公司始终以消费者为中心，牢记企业初心使命，在技术研发人员的共同努力下，毛铺荞酒实现焕新升级。2022年5月28日，毛铺草本年份酒在武汉隆重上市。11月10日，劲牌公司中高端产品养生一号和毛铺草本年份酒同时亮相第106届糖酒会。自此，劲牌公司秉承“健康人类、永无止境”的企业精神，迈进中国酒业新赛道。

今天，我们感念过往。是因为劲牌的成长与发展，离不开一代又一代劲牌人的奋斗。正是有了他们的逢山开路、遇水搭桥，劲牌公司才走出了一条属于自己的路。



今天，我们畅叙当下。是因为光荣与梦想同在，苦难与辉煌同行。我们唯有保持对当下的清醒认识，

才能更好地面对困难与挑战；我们唯有牢记初心使命，才能稳步踏向美好的未来。

今天，我们展望未来。是因为未来的美好蓝图已经绘就，它给予全体劲牌人以希望、以奋斗的动力。有人说，相信未来、相信自己，你就可以心想事成，把梦想变成现实。

然而，全体劲牌人知道，幸福生活是奋斗出来的，美好蓝图是拼搏出来的。七十载风雨兼程，七十载砥砺前行，七十载风华正茂，新的征程已开启，未来已来，那就让我们拿出逢山开路的闯劲、不胜不休的韧劲、踏铁有痕的钻劲，一起向未来！

质量管理



企业标准
5570份



技术标准
3394份



95个项目高
出国家标准

助学助教



18年累计投
入4亿余元



31个省市
91所高中



972个班
35000余名学子

环境保护



污水处理费
664.0165万



污水处理量
1515555吨



COD排放量
27.04吨



减少COD
10352.36吨

抗击疫情



1.77亿
余元



500家
医疗机构



2462家
疫情防控团队



93余
万人

1.1 企业概况

劲牌有限公司是一家健康产品企业，1953年创建于湖北大冶。历经70年稳步发展，从一家县级作坊式酒厂，成为业务覆盖20多个国家和地区的公司。

一直以来，劲牌公司以“健康人类、永无止境”的企业精神，“创新草本科技、创造健康生活”的品牌定位，通过提供健康的产品和服务，始终将提高消费者身体素质和生活质量作为企业的使命，致力于成为世界一流的健康产品企业。

劲牌公司拥有“保健酒、健康白酒、中药业”三大业务板块，专注健康产品的研发、生产、销售，分别打造了“中国劲酒、毛铺酒、持正堂”三大核心产品品牌，坚持所有产品和服务必须具有健康内涵和健康价值。

劲牌公司围绕“健康、科技、品质”核心价值，通过创新草本科技赋能产品健康内涵，率先将科学提取技术、中药指纹图谱技术运用于产品生产。目前，劲牌公司拥有专业技术研发人员380余名，与国内外20余家科研院校（机构）开展了多项科研攻关工作，有16项重大科技成果被国内权威机构认定为达到“国际领先（先进）”水平，拥有专利174件。

劲牌公司坚持“好而不同，追求极致”的产品理念，通过精益求精的产品品质为消费者创造健康生活。目前已在湖北黄石、四川宜宾、贵州茅台镇分别建设清、浓、酱三香原酒酿造基地，并拥有130多个中药材直供基地。2021年，劲牌公司获得第十九届全国质量奖组织奖，2022年又获得第二十届全国质量奖个人奖，连续两年获得全国质量奖最高奖项，在全国酒业中，劲牌成为唯一。

劲牌公司秉承“示善怀仁，共生共荣”的社会理念，主动履行企业社会责任，热心公益慈善事业，截至2022年12月，公司历年累计公益捐赠总额达26.37亿元。其中，1994-2000年捐赠259.49万元，2001-2005年捐赠911.56万元，2006-2010年捐赠9806.93万元，2011-2015年捐赠36213.44万元，2016-2022年捐赠216497.85万元。先后荣获“中华慈善奖”（四次）、“全国文明单位”（四次），全国“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业奖、“绿色工厂”、“全国脱贫攻坚先进集体”等百余项殊荣。



1.2 企业文化

1.2.1 劲牌使命

通过提供健康的产品和服务，不断提高消费者身体素质和生活质量。



1.2.2 劲牌愿景

致力于成为世界一流的健康产品企业，做百年企业，树百年品牌。

1.2.3 劲牌核心价值观

树正气

正道——坚持以消费者为中心，利用现代技术为产品健康赋能，不断提高消费者的身体素质和生活质量。

正心——做老实人、说老实话、办老实事，做正直诚实的人。

正行——坚持诚信经营，推行阳光管理，与合作商建立廉洁、文明、平等的双赢机制，营造风清气正的商业生态环境。

有担当

作为企业，自觉承担社会责任，做优秀的企业公民。作为个人，践行“敬业、诚信、负责”的道德准则。

可持续

以科学发展观为指导，奉行“跑道论”“登山论”“对称论”，坚持健康、可持续发展，合理使用资源，不透支未来。

奉行“低碳环保、绿色节能”理念，坚持勤俭节约，做优秀的“资源节约型和环

境友好型”企业，打造美丽工厂，倡导人文生态、自然生态双文明。

1.2.3 劲牌核心价值观

生存理念：立足长远，健康可持续

产品理念：好而不同，追求极致

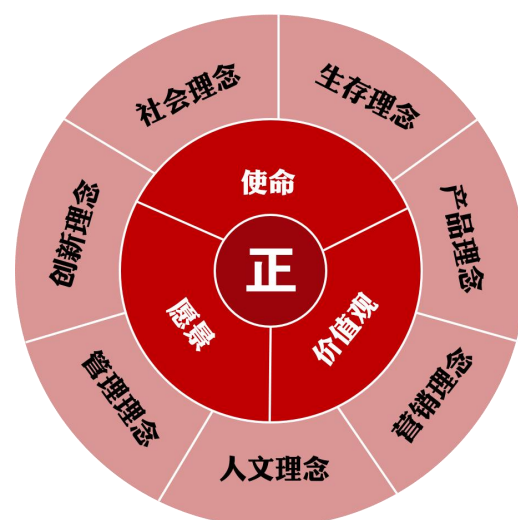
营销理念：正本清源，健康营销

人文理念：德才兼备，以德为先

管理理念：精准求实，追求卓越

创新理念：解放思想，守正创新

社会理念：示善怀仁，共生共荣



1.2.5 企业文化建设

劲牌公司认为：企业文化，是企业为人处世的生存哲学。劲牌企业文化用一个字来说就是“正”，倡导做正直的人，做正义的事。正文化，回答了劲牌要做一个什么样的企业，要做什么样的劲牌人。劲牌公司围绕企业价值观、生存观，持续开展企业文化建设工作。经过多年的实践总结，劲牌公司形成了“一个正文化核心、三大文化要素、七大文化理念”的企业文化理念体系。

劲牌的理想信念和价值追求是什么？

劲牌公司专注于保健酒、健康白酒、中医药的生产和销售，围绕大健康产品构建企业核心竞争力，始终将提高消费者的身体素质和生活质量作为企业永恒的价值追求。劲牌的使命是：通过提供健康的产品和服务，不断提高消费者身体素质和生活质量。

劲牌要做一个什么样的企业？要走一条什么样的道路，坚持什么样的生存观？

劲牌公司立足长远，追求发展的“健康可持续”，通过走质量效益型发展道路，坚持以消费者为中心，以市场为导向，以人才为基础，以技术为驱动，构建好而不同的核心竞争力，将“劲牌”打造成为一流品牌。劲牌的愿景是：致力于成为世界一流的健康产品企业，做百年企业，树百年品牌。

企业的道德准则是什么？企业倡导什么、反对什么？

劲牌公司总结提炼出以“正文化”为核心的企业文化价值体系，确立了“树正气、有担当、可持续”的企业核心价值观，做人讲正气，做事要担当，发展可持续。公司

在经营管理实践中，总结提炼出涵盖“企业生存、产品、营销、人文、创新、管理、社会责任”等七大方面的经营理念，始终引导企业朝着正确的方向发展，规范企业经营行为和员工行为。

引导员工树立正确的价值观是企业履行社会责任的体现之一，企业核心价值观建设是企业文化建设的重要内容，引导员工做好人、做好产品、做好市场。

2022年，企业文化建设以企业转型变革与数字化建设为中心。围绕营销转型、艰苦奋斗、健康、科技、品质等主题策划专题宣传，创作积极向上、正能量的内容，引导员工积极践行劲牌价值观和经营理念。充分利用早会、劲牌人报、企业文化宣讲会、短视频等进行系统宣传，线上线下结合，员工积极参与内容创作与分享，形成良好的文化互动氛围。

早会管理 2022年，早会平台不断丰富企业文化宣贯形式与内容，重点围绕营销转型变革、开源节流、艰苦奋斗等方面策划早会，并充分利用线上+线下融合的早会模式，提升早会质量与效果，提高团队凝聚力与战斗力。

劲牌人报 2022年，《劲牌人报》积极探索栏目化道路，通过开辟专题栏目，深度挖掘劲牌的典型人和事。围绕典型人物事迹形成“劲牌之星”“榜样的力量”等专栏；围绕提升职场能力开辟了“学道”（学习）、“精益你我他”（精益管理）等专栏；围绕企业文化理念传播开辟了“环保·劲牌”（社会）、“劲牌人的朋友圈”（人文）等专栏。

文化宣导 2022年，不断完善企业文化培训体系搭建，加强优秀文化讲师培养，积极探索文化公开课学习新模式，提升员工自主学习能力；同时，打造特色企业巡回宣讲会活动，秉承讲好企业文化故事、传播正能量的原则，以“小故事 大哲理”的选稿要求，挖掘优秀事迹案例，树立典型的榜样人物，使得人人争当正文化践行者，让树正气、有担当、可持续的文化理念深入人心。

1.3 知识产权基本概况

公司尊重他人知识产权，不参与任何侵犯知识产权的活动。密切关注市场，针对恶意知识产权侵权行为，通过行政和司法等多种途径保护公司知识产权。同时，注重

发挥知识产权在保护企业技术创新、促进成果转化、提高核心竞争力中的作用，积极开展商标注册和专利申请工作。

1.3.1 无形资产管理

公司始终坚持把知识产权管理作为科技兴企的一项重要内容，纳入生产经营的全过程。一方面要确保有形资产的不断增值，同时也要确保无形资产的保值增值。商标是品牌培育和拓展的基础，为此，劲牌公司一贯坚持“商标先行”原则，即先有注册商标，再有产品上市。“劲牌”和“毛铺”商标被认定为中国驰名商标；劲牌保健酒被评为“中国名牌产品”；“毛铺”、“皇宫”、“大团圆”、“韵”、“追风八珍”被认定为湖北省著名商标；“劲”牌露酒、“毛铺”牌白酒、“韵”酒被认定为湖北名牌产品。



1.3.2 法律权益 - 知识产权保护

截至2022年12月，劲牌公司累计申请注册商标1440件，其中国内1025件，国际415件。同时为巩固境外市场，公司已实施多次境外知识产权确权计划。2000年完成了“劲”牌商标在东南亚国家和地区的注册工作，包括新加坡、香港和台湾等；2008年完成了“劲”牌商标在日本、澳门及欧盟和美国的注册及申请工作；2014年，“劲牌”新标在75个国家和地区申请注册；2015年，“CHINERGY”在75个国家和地区申请注册；2016年，在28个国家和地区提交了“JING”商标的注册申请。伴随公司技术和管理实力的提升，公司将继续拓展境外知识产权计划，发挥知识产权的作用，在国际舞台上成功塑造“劲”牌保健酒专家形象。

在专利管理方面，劲牌公司采取“积极申请、加强防御”策略。公司先后引入“中药指纹图谱检测技术”、“膜分离提纯技术”、“近红外在线检测技术”等30多项中药现代化技术，并在吸收转化的基础上提出了专利申请。截止2022年12月，公司累计申请专利达786件。

1.3.3 知识产权管理

公司知识产权管理机构（知识产权部）设立于1999年，知识产权部的职责主要是参与新产品策划、参与技术活动、合规管理和风险审查、知识产权保护。领先的知识产权保护意识，让公司先后被评为全国“知识产权试点”、知识产权示范创建单位。公司知识产权部结合公司主营业务建立了《知识产权防护和风险防管理理制度》《商标管理制度》《专利管理制度》《商业秘密管理制度》《职务发明管理办法》《“劲”牌商标监测、异议及争议管理办法》等知识产权制度已覆盖公司各个业务单元，涉及到知识产权创造、运用、管理和保护的各个环节。

公司制定了《知识产权培训管理办法》。《办法》依据工作岗位的不同，分别对工程、技术、产品策划、知识产权管理人员，在知识产权培训时间等方面做了硬性规定。2022年，知识产权部积极探索公司经营信息保护新途径，设立专人进行版权申报、维持，同时正在逐步探索“商业秘密”保护模式，目前已完成公司商业秘密保护方案初稿。

1.4 责任体系

1.4.1 社会责任理念

公司始终将改善民众健康状况、提升民众生活品质作为矢志不移的奋斗目标，并通过专业化作为持续前行的根本动力，加速创新步伐，推动行业进步，全面深入地掌握生产优质产品的专业技术，以安全、优质、绿色、健康的产品回报社会。

1.4.2 社会责任系统

公司社会责任共分为六个方面，即产品责任、经济责任、顾客责任、环境责任、员工责任和公益慈善，统一于“健康 科技 品质 责任”的社会理念，并以此作为开展具体工作的出发点和落脚点。

产品 责任

健康人类 永无止境

为满足消费者对健康品质的不断追求，在保证产品品质的前提下，企业通过持续创新，不断研发符合顾客需要的新产品，并提供及时周到的服务。

产品责任主要包括科技创新、产品研发、产品服务、是否有安全质量问题或重大投诉以及产品认证五个具体执行项目。

经济责任

挚诚稳健 惠及民生

公司秉持“实业报国”理念，以稳健步伐助推行业发展，通过自身努力，在提供健康产品、传播健康理念的同时，将发展成果回报社会，惠及民生。

经济责任主要包括主营收入、利润、上缴税收、有形与无形资产、支持地方经济、反经济贪腐六个具体执行项目。

顾客责任

休戚与共 携手双赢

企业的发展，离不开消费者与合作伙伴的鼎力支持和共同发展。劲牌注重加强与四方顾客（消费者、供应商、渠道商、合作商）的互动，建立互信机制，携手实现共同发展的双赢局面。

顾客责任主要包括顾客关系管理、顾客满意度等项目。

环境责任

节能环保 健康持续

劲牌从事的是健康的事业，健康必须是可持续的。企业坚持将可持续发展的理念贯彻到每个工作细节，以健康事业为根基，推动整体社会经济与资源环境的永续发展。

环境责任主要包括三废处理、施行循环及低碳经济、节能降耗、绿化、环境认证等项目。

员工责任

凝心聚力 乐业好群

公司贯彻“以人为本”的管理思想，为员工实现个人价值提供广阔平台和有力保障，通过构建和谐的企业环境，提升员工队伍的凝聚力与战斗力，实现企业与个人的同步发展。

员工责任主要包括员工收入、健康管理、员工保险、劳动保护、工会发展、培训与职业发展、困难援助、农民工雇佣、下岗再就业等项目。

公益慈善

示善怀仁 共生共荣

公司秉持“示善怀仁、共生共荣”的理念，务实推进公益慈善事业。一直以来，企业积极履行社会责任，急人所急、热心公益、济人危难，尽己所能地为整体社会的和谐贡献力量。

公益慈善主要包括助学助教、精准扶贫、生态修复、城市建设、乡村振兴、赈济灾害以及其他光彩事业资助等项目。

2.1 解放思想，守正创新

劲牌历经近七十年的探索与发展，现已成为一家专业化的健康产品研发、生产、销售企业，其存续与发展，既得益于国家提供的良好市场环境及社会各界的帮助和支持，又得益于全体劲牌人对劲牌“树正气、有担当、可持续”价值观和“做少做小、做专做精、做强做久”生存观的坚守，以及对以“正”为核心的七大文化理念的践行，其中“解放思想，守正创新”的创新理念，在企业经营中发挥着关键性的引领作用，推动着劲牌不断稳步健康发展。

创新是时代的主题，为企业生存和发展提供不竭动力。在现在这个发展瞬息万变、不确定因素不断增加的新时代，安于现状显然是无法立足的。没有一种商业模式是长存的，没有一种竞争力是永恒的。面对发展的不确定性，要解放思想、大胆创新。

“变革创新”将成为企业经营的常态。

解放思想，就是要打破旧思维、老方法，避免思维僵化，不断推陈出新。在探索新思路、新方法的道路上，首先要沉下心来，结合自己所掌握的信息，进行缜密思考，多做推敲，凡事不盲从、不因循、独立思考，这些是开展创新的前提和基础。守正创新，就是在“变与不变”中寻求发展进步。创新，就是要做到“三变”：

以变应变，就是要顺应时势，企业根据外部环境的变化来做出变革和调整，制定应对策略，提高组织的敏捷性和应变能力，以适应环境的变化。

以变制变，就是要审时度势，善于观察和分析时势，预判情况的变化，依据情况的变化提前制定战术策略，做到未雨绸缪，防患于未然。

主动求变，就是要充分发挥主观能动性，主动寻求变革，准确洞察和把握先机，立足现在、着眼长远，用发展的思维去规划未来，提高企业核心竞争力。

守正，就是“不变”，创新不忘本，不背离公司正文化。具体以不变应万变，无论外部环境如何变化，企业如何变革，我们都要坚守正文化价值观，坚守企业战略定位、经营理念和健康可持续的原则。

创新是劲牌得以生存和发展的不二法宝，这是劲牌人的共识，也是劲牌人坚守的战略定力。沿着劲牌一路走来的足迹，可以清晰地看到，创新是这家公司流淌在血液里的品格基因。早在2000年，劲牌就成立技术中心，专注于产品升级创新。2016年10月，在此基础上，劲牌成立劲牌研究院。作为该公司开展保健酒、白酒、中医药的

基础应用技术研究机构，研究院参照国际一流水准的同类研发实验室进行设计和建设，总投资3.8亿元。劲牌每年投入大量研发经费，开展的研究项目数量高达百余项。近7年，公司技术研发已累计投入21.18亿元。

同时，劲牌建有国家博士后科研工作站、中国轻工业露酒工程技术研究中心、湖北省保健酒工程技术研究中心、中药保健食品质量与安全湖北省重点实验室等12个国家及省级科研创新平台，拥有完善的分析实验室，具有国际水准的专用研发仪器设备，为研发和技术创新奠定坚实的硬件基础。

七十载不懈努力与探索,七十载技术创新与进步。劲牌围绕“健康、科技、品质”核心价值，通过创新草本科技赋能产品健康内涵，率先将科学提取技术、中药指纹图谱技术运用于产品生产。目前，劲牌拥有专业技术研发人员380余名，与国内外20余家科研院校（机构）开展了多项科研攻关工作，有17项重大科技成果被国内权威机构认定为达到“国际领先（先进）”水平，拥有专利177件，获得发明专利81件。

劲牌成立近70年来，始终坚持“解放思想、守正创新”的创新理念，为实现“通过提供健康的产品和服务，不断提高消费者身体素质和生活质量”的品牌使命，为产品不断赋能，助力满足消费者实现美好生活的愿景。

2.1 解放思想，守正创新

2.2.1 构建战略动态管理模式

公司自成立以来，几经调整主营业务，在不断探索公司战略发展之路中，形成了一套科学、规范的战略管理模式。90年代，在北京长城战略研究所协助下，确定了公司战略管理模式——“战略动态管理模式”。对未来的全局、长期的思考同时随环境变化而实时调整，确保规划的适宜、可行。战略规划周期为五年，每年滚动修订，充分体现了公司着眼于长远、全局的的战略思考。在战略管理过程中，采取“公司自主制定战略规划，外脑提供信息及技术支持与服务”的方式，公司高层积极进行战略思考，明确战略定位及目标，各业务及核心职能单位（部门）根据战略定位及目标制定子战略，并制定具体行为计划确保战略的落地。

随着内外部环境的变化，公司自2017年开始先后与国际一流咨询公司合作，诊断业务现状，厘清业务战略转型方向。重点开展营销转型、数字化转型、人力资源转型

等战略转型项目，推动公司从“销”向“营”转型，深化“以用户为中心”的管理变革，引入数字化先进工具为营销、技术、管理工作的开展赋能。2021年、2022年公司业绩恢复与增长明显，内部工作效率逐步提高。

2.2.2 搭建分层分级的绩效测量系统

公司始终秉承“持续改进与创新”的理念，开展目标绩效管理。为促进公司围绕战略目标实现，公司参照平衡计分卡模式，从财务、客户、运营、学习成长维度建立了公司级（一级）、单位（部门）级（二级）、岗位级（三级）指标体系，明确了绩效指标监测频次、方法与周期，并将公司绩效指标分解至对应的公司领导、单位（部门）及岗位，形成公司三级绩效监测体系。公司在日常运营过程中，以年度、季度及月度相结合的方式对整体绩效指标进行监测与评估，以确保公司绩效目标的达成。

为确保绩效测量系统的科学性与合理性，有效确保公司组织绩效的有效达成，公司结合实际情况，持续对绩效测量机制进行了升级与调整。2021年，公司实施组织绩效模式新升级，将组织指标分为开关指标（事关公司战略发展指标）、组织指标（衡量公司经营成果的组织指标）、分管业务职能核心指标（衡量和评价各副总裁独特贡献的指标）、所有组织共担组织指标，以此形成公司发展战略合力；2022年，通过引进数据分析平台，将现有分析指标体系进行解构，通过数据集成、计算处理等方式，实现数据自动分析与目视化呈现，进一步提升了公司数据分析与目标管理的效率。

2.2.3 建设与升级精益管理工具

公司着眼于推进管理创新，为解决实际问题，实现生产中的精益管理，2009年3月开始与深圳某3A咨询公司合作导入精益管理理念，以消除各种浪费、优化资源配置、提升效率和效益为主要目标，将精益改善的理念和方法延伸至生产、经营、管理、服务等各个领域，在公司各层级、各部门、各职能、各业务全面扎实推进精益管理；2015年，公司开始自主推行精益管理，并搭建了精益管理体系，随后陆续导入了改善提案以人命名、精益标杆线、消除八大浪费等新工具，并相继将精益管理工具推广至公司关联单位（包括劲佳包装、世星药业、劲鹏制盖、劲华玻璃等）和外部酒业（天龙泉酒业、南溪酒业等）；2019年，为实现精益生产向精益管理的转型升级，整合阿米巴管理、清洁生产、六西格玛管理工具，建立了公司管理工具应用平台（精益“12345”平台（即一个愿景，传统制造向精益企业转型；两个目标，高质量、低成年，公司启动劲牌精益管理上台阶项目，对公司精益管理进行升级，健全精益管理体

系，逐步提升公司管理效率。

通过系统化的实施精益管理推进体系，培养员工自主发现问题和解决问题的意识与能力，形成全员自主管理、持续改进创新的“主人翁”文化氛围。

2.3 技术管理革新

劲牌研究院技术管理办公室组织制定了公司《中长期技术发展规划》，明确了近期、中期和远期目标，提出了公司技术创新体系和支撑体系建设的思路 and 措施。确定了公司未来核心技术领域、重点发展方向、总体技术路线、关键创新课题和保障措施开展研究。

与此同时，为了有效保障规划各项目标的落地，建立并完善了研发成果质量评价标准，将原先仅仅关注技术先进性和研究难度的研究思维调整到关注成果转化及其实际效益的用户思维上来。另外，还采用了技术项目集管理方式、研发项目分级管理、研发人员成果积分体系等一系列管理创新机制和措施，以指导技术发展方向与公司战略相契合，从而为促进项目价值最大化和提高公司经营效益创造工作环境；还加强技术项目之间的管理统筹、促进技术研发水平的持续提升、保障研发过程的规范有效、提高研发成果应用转化效益以及激发研发人员的工作积极性，从而营造出劲牌研究院科学、严谨、合作、创新、公平、竞争的学术研究氛围。

我们还充分利用了现代化的信息工具和手段，引进了项目管理系统、研发数据采集系统、线上自动化流程平台，充分利用信息化工具、平台，通过现代信息技术管理手段对技术项目管理制度流程进行规范化、自动化的设计和完善，在提高工作效率、减少人为失误的同时，加强了对技术过程基础数据、信息的积累和管理，为研发信息的检索、挖掘和再利用奠定了基础，提升了技术研发的工作价值。

2.4 生产运营变革

2.4.1 供应链管理优化

(1) 创建推拉结合的计划模式。生产运营中心创新“推拉结合”生产模式，并在400余款产品中予以应用，其中2020年度节省225.8万元，2019年度节省104万元。

(2) 建立订单全生命周期分析管控机制和安全库存模型。从多维度（瞬时订单、产能、产品特性等）建立组合的模型，合理控制公司成品库存水平，降低存货库存成本。统计库存模型建立后，主要品种的安全库存较原来降低3%-18%，连续三年产品

断货次数为0，当前订单满足率达到99%，3天配送及时率达到99%。

(3) 通过对供应链计划管理来合理控制库存成本，实现产品快速周转，减少沉没成本，确保产品质量。公司成品库存周转期由原来8.75天下降到7.45天，库存周转期降幅14.19%。

2.4.2 安全环保管理优化

(1) 建立职业健康安全管理体系与安全生产标准化“双支柱”管理模式。2017年11月，公司申报国家安全生产标准化评级，获得国家二级安全生产标准化认证。2018年11月，公司获得大冶市政府安全生产标准化奖励资金20万元。

(2) 改革创新，通过“外委内培”实现消防设施自主维保，提高维保的质量与效率。2019年2月，公司启动消防设施内部维保工作，确定了1年期“外委内培”的工作思路；2019年6月，以劲牌生物医药公司（现持正堂药业）为试点，分别从劲牌酒厂、毛铺酒厂、枫林酒厂借调1人参与外部维保业务过程学习；经过1年的“委培”，2020年7月，劲牌酒厂、毛铺酒厂、枫林酒厂、生物医药公司（现持正堂药业）相继成立内部消防设施维保队伍。每年节约消防系统维保费用60万元。

(3) 2014年公司率先在全行业内开展总磷总氮处理技术，并于2015年实现酿造废水总磷总氮的达标治理，成功开创了国内酿酒行业废水除磷脱氮稳定达标的先河，成为国内同行业污水处理的标杆单位，吸引多家酒企前来学习交流。2017年底组织开展环保费改税的学习及培训，实现公司排污费向环保税的顺利平移及对接。同时通过合理策划及制定排污标准，有效运用环保税优惠政策，实现“费改税”后的环保税缴纳金额减少50%。2018年公司推进轻量化玻璃瓶应用，年减少1000吨玻璃原料耗用；采用“低克重、高强度”外箱，以最大程度减少纸张能源的消耗；全面采用水印印刷工艺取代胶印印刷工艺，不但降低了包装成本，同时水性油墨使外箱更为低碳环保。2018年起，全面推行排污计划管理模式，严格落实将污染物当产品对待的环保管理理念，实现排污受控，增产不增污。

2.4.3 设备能源管理优化

(1) 开展酿造蒸煮、糖化工艺自动化创新。采用密闭不锈钢蒸锅，在中控室电脑设置蒸粮时间、温度和压力等工艺参数，实现远程自动控制，相比传统常压蒸粮工艺，单锅蒸粮时间缩短1个小时，蒸粮用水量及污水排放量减少65%。通过移动式筛床灵活调节堆料厚度与温度，实现高料层糖化工艺，单个箱床堆料可达15吨；粮食在恒

恒湿的箱床里完成培菌糖化后，自动控制出箱，实现了物料不沾地。

(2) 包装设备技术革新。率先实现每小时12000瓶的盒装产品自动装盒，提高了生产线自动化程度、生产效率，每台减员20余人，用工数量下降85%。首次首创，实现了500ml毛铺苦荞酒产品的全自动打钉，提升打钉产品生产的自动化水平，每年可节约人工成本50万元左右。实现一台裹包机替代原“开箱、装箱、封箱”三台设备功能，实现自动化生产，用工数量下降50%，纸箱面积节约15%。实现一台机械手管多条生产线，实现码垛智能化，提高了生产效率，降低了人工成本、劳动强度。目前共有15台机器人码垛机。

(3) 预判并第一时间参加电力交易。参加电力市场化交易能够为企业降低电费成本。2016、2017年多数省份已逐步开始引入第三方售电公司参与电力交易，生产运营中心了解相关资讯后，对国内各地电力交易基本情况进行了解和研究，对省内电力交易后期开展推广的趋势进行了分析。预测2018年湖北省电力市场将引入第三方售电公司且准入条件会降低。公司在2017月底正式立项，启动2018年度电力交易工作。使公司在第一时间参加了省电力市场化交易，及时享受了电交易带来的“红利”，最大化降低了公司电费成本，2018年至2021年分别减少电费176.7万元、129.7万元、43.9万元、69.9万元。

(4) 创新动力能源系统节能技术的应用。空压系统和锅炉系统占总能源成本的40%以上，具有较大的节能潜力。从压缩空气、蒸汽的生产、管道输送以及终端使用点环节对劲牌酒厂进行全面诊断、分析，制定了有针对性的改进措施。实施了多项是在公司均为首次应用的空压系统、蒸汽系统节能技术，如：超声波测漏仪、空压联控系统、管道增压阀、IM25喷射循环装置、蒸汽电动阀门远传控制、自主设计制作蒸汽疏水阀、电蒸汽发生器等。项目应用实现经济效益112.86万元。

2.5 营销转型之路

2022年，营销转型进入深水区，用户运维模式持续强化，厂商“营”、“销”分工工作逐步推进，消费者数字化运营中台基本建立，为企业精准化营销赋能。

始终坚持以消费者为中心。通过劲酒品牌焕新及毛铺品牌项目，实现品牌活动总部策划与区域执行联动；劲酒用户运营工作持续更新迭代、梳理用户运营小局工作开展的具体规范并督促区域办每月落实监督管理；不断积累和扩大保健酒CDP用户资源，以数字化工具为用户运维工作赋能。

制定差异化总经销评估激励及分级管理方案，进行总经销的分级管理；不断拓展连锁餐饮、连锁商超等重客渠道；探索养酒用户运维工作模式及执行规范；不断优化升级企业单位开发、品鉴会推广、战略联盟店、宴席推广、体验馆运维工作规范及模式；引导区域办自主探索，形成一地一策的区域业务格局。

成立中高端产品事业部，探索具有劲牌特色的中高端产品发展之路；聚焦核心目标用户圈层，持续打造和改进升级毛铺·和文化传播，强化企业健康、科技、品质内容输出；明确以养生一号和毛铺草本年份酒为高端核心大单品进行重点打造；建立君和荟会员平台，开展直达C端模式试点。

成立内容营销中心，负责生产与输出可深度打动消费者的企业品牌及去中心化传播内容；总部向区域办进一步放权赋能，全面提升区域市场主动作为的意识与能力，发挥各区域办战区“司令员”角色的作用与价值；合理分配营销投入资源，强化预算执行的过程管理，进一步提升市场投入管理的精细度和精准度。

3.1 质量第一，健康赋能

健康，是广大人民群众的需求。新冠疫情发生后，免疫力成为第一竞争力，大家更加重视和关注健康。劲牌公司把“通过提供健康的产品和服务，不断提高消费者的身体素质和生活质量”作为企业的追求和使命。产品质量，是劲牌对消费者最大的责任。劲牌公司坚持按做药的标准生产酒，通过“科技+健康”，打造产品核心竞争力。通过“内生”和“外加”的方式，给产品健康赋能。内生赋能，掌握酿好酒的内在原理，实现不受地域环境季节的限制，酿出优质白酒。外加赋能，消除消费者饮酒的顾虑，实现喝酒少伤身甚至不伤身。

公司提出健康赋能理念，所有产品都有健康内涵。以中国劲酒为代表的保健酒系列，免疫调节抗疲劳；以毛铺苦荞酒为代表的草本酒系列，“一口喝三香，更有草本浆”。经国内外权威机构鉴定，其酒体中的草本精华具有降血脂、减轻肝损伤作用。劲牌不仅提供健康产品，还积极倡导健康饮酒和健康的生活方式，连续多年开展“健康体验行、健康饮酒中国行、劲酒健康大讲堂”等消费者活动。

3.2 酿酒水源地的保护

“水者，酒之血也。”劲牌公司酿造小曲原酒所用水源来自被业内称为“酿酒的世外桃源”——幕阜山脉的双龙泉、半山罗、座溪泉等多处天然溶洞泉水。溶洞泉水冬暖夏凉、清澈甘甜，劲牌沿此建立了全国最大规模的小曲清香型原酒酿造基地。

甘泉出佳酿。只有从源头保证了正宗品质，才能酿造出口感纯正、品质上乘的酒。1999年开始，劲牌踏上寻泉之路。经多方勘察，最终选定了深藏幕阜山的天然溶洞泉水。公司先后在山脉中找到了双龙泉、半山罗、仙人洞、养石泉、观音洞、翟湾泉、座溪泉七大泉源。



座溪泉



翟湾泉

为保护好水源地，2019年，劲牌申请将双龙泉、仙人洞、翟湾泉、座溪泉等纳入“湖北省乡镇集中式饮用水水源保护区”。2019年1月，翟湾泉获批列入省政府“千吨万人”保护范畴，双龙泉、仙人洞及座溪泉已申报列入黄石市“百吨千人”水源地保护计划。2021年，双龙泉、仙人洞及座溪泉水源地获批通过黄石市“百吨千人”水源地保护计划，完成水源地立标识的工作。

为做好水源保护，公司建立水源地水质监测与水源地巡检机制，每月开展水源地巡查，每年开展一次水源地水质监测，有效保障了酿造原水的品质同时实现环境的保护。2021年，公司对水源地座溪泉进行了保护升级，实现对水源地实时监控，并对水源地自然景观进行了美化，使得水源地更具参观价值。

3.3 道地药材

劲牌公司对药材选用格外考究，根据《本草纲目》、《神农本草经》和《千金方》等中医药经典著作，以及《滇南本草》、《岭南采药录》和《吴普本草》等地方中药记志，在全国范围内遴选“道地”药材产地，实现了公司药材产地直供，并逐步建立起万余亩标准化种植基地，坚决杜绝“产非其地、采非其时”的药材进入公司，从源头上确保了公司所用药材的质量。同时高起点制定药材标准，提升药材质量验收要求，采购优质的“道地”药材，确保药材质量达到“安全、有效、稳定”的要求。

3.3.1 药材基地建设

劲牌公司在2000年前后就开始药材基地评价筛选和建设，面对全国药材“硫磺熏蒸”的市场现状，劲牌另辟蹊径在全国范围内筛选出最优产地为公司提供中药材原料，实现了“产地直供”。同时积极响应国家提出的规范化种植号召，以中药材质量控制和中药材原料质量可追溯为目的，联合产地种植、初加工企业开展中药材基地建设，逐步使公司药材原料从产地直供转变成基地直供，并于2002年建成第一个肉苁蓉基地；截止目前，通过共建共享模式建立了25个品种的药材基地，基地建设面积万余亩。具体为：

1) 甘肃岷县（当归，党参，黄芪）；2) 新疆和田肉苁蓉；3) 山东平邑丹参；4) 宁夏中宁枸杞子；5) 广东肇庆巴戟天；6) 广东肇庆、阳春肉桂；7) 河南武陟（地黄，山药，牛膝）；8) 云南文山；9) 西双版纳砂仁；10) 湖北罗田天麻、茯苓；11) 湖北神农架杜仲；12) 四川凉山苦荞麦；13) 湖北荆门、江西余干芡实；14) 湖北长

阳木瓜；15) 吉林通化人参；16) 吉林四平鹿茸；17) 湖北麻城菊花；18) 湖北恩施黄连；19) 湖北宜昌陈皮；20) 山东平邑金银花、山楂。

其中，通过GAP认证的品种有6个（当归、党参、黄芪、黄连、菊花、茯苓），基地建设面积达万余亩。后续将继续开展更多的药材产地评价，为公司提供质量更优的药材原料，从源头上保证公司产品的质量。



劲牌公司岷县黄芪、党参规范化种植基地



劲牌公司江西余干芡实基地

3.3.2 药材基地种植、采收

为确保药材质量达到“安全、有效、稳定”的要求，劲牌公司建立了25个“道地”药材种植基地，规定了每一个品种药材的采收季节；公司严格把控生态环境、药材种苗培育到栽培、药材采收到运输、包装每一个环节。针对资源紧缺的药材，公司参与药材种苗培育的技术开发，提供专业技术（检测）支持，实现从种苗培育到栽培、采收的闭环管理。

为了促进基地管理的规范性，劲牌公司制定了《劲牌持正堂药业中药材基地管理办法》，坚持开展药材基地种植、采收、加工等环节的管理与评价工作，不断总结经验，优化基地管理模式，针对不同品种药材基地（产地与规模），采取“公司+产地供方”和“公司+产地供方+农户”差异化的管控模式，充分调动产地供方、基地种植农户的积极性，建立合作共赢的长效合作机制。

3.3.3 公司药材标准建设

药材标准：为确保公司品质，公司在中国药典等标准基础上，从6个方面进行严格控制，制定了药材质量标准。

- 1) 7种药材增加了指纹图谱标准；
- 2) 46种药材增加了3项农残控制指标（有机氯农药残留、滴滴涕、五氯硝基苯）；
- 3) 38种药材增加了铅、镉、汞、铜、砷重金属控制指标；
- 4) 所有品种药材增加黄曲霉素指标；

5) 200种药材含量指标均有不同程度的提高;

6) 190种药材增加特征图谱检查项目。

根据劲牌公司战略规划，制定中药资源与采购中长远规划，明确药材基地建设、产地公司建设、药材质量管理（含溯源）愿景与目标。通过不断开发新的基地与精耕细作，实现基地直供；同时选择优质“道地”药材产地，建立劲牌公司药材产地公司，实现更多品种药材的产地直供，为公司产品开发与品质提升提供优质的药材原料。

3.4 糯高粱基地建设与管理

2022年度，公司在内蒙古、辽宁、河北、河南、山东等地发展“两糯一号”糯高粱基地30万亩，共签订高粱采购合同9.6万余吨。在高粱收购方面，本年度要求各供应商对农户执行最低收购保护价（1.6元/斤）进行托底；在种植管理方面，对于各供应商在耕种管收过程中向农户提供的指导提出了明确的要求，有利于提高农户种植管理水平，保证农民增收；在高粱种子研发方面，联合圣丰公司开展高粱改良品种的试种工作，改良品种在产量更高，生长周期更短，种植表现更好，未来将逐步推广种植；在基地建设及管理方面，本年度在两季种植区域开展了基地建设尝试，两季种植区域在种植成本、高粱产量、运输成本方面更有优势，基地与公司距离缩短便于过程管理和监管。



3.5 劲牌“桂花曲”的研发与应用

曲为酒之骨，酒曲在酿酒中占有至关重要的地位，它对酒体风格、酒质和酒率有着重要影响。掌握制曲核心技术，实现酒曲自给自足，是产品质量稳定的重要保证。因此，公司一直把酒曲技术研制作作为技术部门的重要工作。

3.5.1 公司酒曲的研发历程

从上世纪九十年代初，公司就开始了专项研制，但长期以来，制曲技术水平没有取得实质性突破，公司酒曲几乎完全依靠外购，使得小曲酒生产很大程度上受外部酒曲质量的影响，这成为影响公司小曲酒技术发展的重要障碍。公司酿酒所用的酒曲为绿衣观音土曲，俗称土曲，是小曲中比较独特的一个曲种。土曲生产技术属于典型的传统工艺，师传、家族代代相传观念极强，生产方式仍限于以言传身教为主的家族作坊，导致其生产技术一直掌握在少数制曲师傅手中。为弥补自身技术的不足，充分借鉴优势资源，2000年，劲牌公司与华中农业大学建立了技术合作关系，专项开展土曲研究。通过与华中农业大学的合作，项目组对观音土曲展开了系统研究，逐步弄清了土曲中微生物种群特征，明确了土曲中微生物在发酵中的作用，并揭示了微生物变化的基本规律，为后来的深入研究打下了基础。与华农合作结束后，公司仍继续自主研发，但受当时人力、物力等各方面条件的影响，虽然陆续进行了各种制曲方案的试验，但结果却均不近人意，进展不大。

随着企业不断发展壮大，小曲酒生产基地的不断兴建和投产，自主生产能力越来越强，酒曲单纯依靠外购是不行的。2004年2月，董事长在公司经营例会上明确要求将酒曲研制作为企业重点攻关项目重新立项。3月，一个全新的酒曲项目组正式成立，杨生智担任项目组组长，组员有冯美波、冯春、卢贝等。顶着重担，这个全新的团队随即开始进行研究和实验。

由于当时外购以湖南曲为主，所以，酒曲研制也以湖南曲为目标。2005年下半年，当项目组研制的土曲略有起色之时，却出现了一种用新工艺制作且性能更优的公安曲。无疑，这使得本来就压力重重的项目组更喘不过气来，如同一个身疲力尽的登山者，以为自己快要到顶峰，临近终点，却发现后面还有一个更高的山峰。

为适应市场变化，项目组的研发目标也进行了转变。期间，经历了迷茫、混沌。当时公司在人事上进行了变动，项目组成员从原来的技术中心编制划入了小曲酒厂编制。由于氛围与各方面条件的限制，再加上项目组成员的变动与磨合，使得士气一度有些低迷。幸好技术中心领导及时发现了苗头，与项目组成员进行了深入的沟通，解决了人员编制问题，使得信心大增，项目组又继续全身心投入到了制曲工作中。

2006年下半年，在无数次失败的基础上，新任技术总监刘源才与项目组成员共同总结，逐步理清了思路，决定采用两条技术路线：首先，以公安曲为目标，采用纯种强化生产新工艺曲，以提高车间酒率；同时，以湖南曲为目标，采用传统工艺种曲生产传统工艺曲，以保证车间酒质。

面对“抗战”多年仍未果的制曲项目，项目组成员认为，在困难面前，绝不能放弃，要有挑战困难的勇气，要有战胜困难的毅力。困难像弹簧，你弱它就强，你强它就弱。成功，其实就在于坚持。失败了，不气馁，继续试验，直到取得进展。

2007年5月，项目组完成了传统工艺曲的研制工作，从车间出酒结果看，其质量优于湖南曲。随后，项目组把所有精力都放在了新工艺曲的研制上，经过上百个方案的研究与试验，终于在2008年11月取得突破性进展。此制曲新工艺，运用微生物分离、培养技术，采用多种功能菌种强化制曲，增加优势菌种的数量与质量，从而提升成曲品质。这标志着劲牌制曲工艺进入了新的里程碑。

从2009年1月，制曲车间开始稳定生产，生产的酒曲开始在小曲酒厂三个分厂推广使用，从出酒数据可看出，车间使用后出酒率明显提升。

3.5.2 “桂花曲”的研发与应用

随着公司清香型小曲白酒酿造新工艺生产线的启动，原制曲车间远远无法满足其用曲需求，为保证枫林酒厂正常用曲需求，公司在枫林厂区开启了现代化制曲车间的建造。现代化制曲具有工艺稳定、参数可控及产量大的特点，为了满足现代化制曲工艺，需要对酒曲中的核心微生物进行分离，作为纯种进行生产。另外，白酒技术部在传统酒曲研制成功的同时，就开始在毛铺厂区白酒中试车间进行了多菌种纯种配合的混合曲发酵验证试验，根据试验结果发现，多菌种混合曲进行酿酒生产可提高出酒率2个百分点，酒质情况好于土曲。基于此，枫林酒厂现代化制曲车间产曲品种确定为多菌种混合曲，采用纯种生产工艺，将观音土曲中的主导功能菌分别进行纯培养后再按一定比例与传统曲混合而成。

在现代化制曲研究方向确定后，公司通过引进高端设备结合自主改革创新，在枫林建立了新的现代化制曲车间，实现传统制曲工艺与现代科技的融合，克服了气候环境和人为因素对制曲生产过程的影响，开发出机械化和信息化的纯种制作技术，使得公司在小曲生产工艺及研究方面走在了行业的前列。公司新开发的混合曲应用后，显著提升了公司酒曲的稳定性和产量，满足了枫林新工艺白酒酿造的需求。

随后，由于公司原酒品质持续提升的需要，公司开展了高产酯酒曲的研制，公司微生物研究人员从酒曲中筛选了大量的产酯功能酵母，其中一株产酯酵母Y29，通过纯种生产应用于混合曲中，经过实验室、中试车间以及大车间的验证，于2016年10月成功在全厂推广，应用后大幅度提升了原酒中酯类物质的含量，改善了原酒品质。

混合曲成功问世多年，但一直未正式确定一个较好的名字。而好的酒曲名称不仅体现了酒曲制作特色和价值内涵，也可以提高消费者对一个公司产品的认知。2020年7月下旬，由微生物研究室、健康白酒品牌部联合举办的“新工艺酒曲征名活动”完美收官。本次活动在公司营销和技术系统范围内进行网上征名，并通过线上投票、线下评委会议分析及专题讨论，“桂花曲”的名称从69个参赛名称中提炼而出，正式成为公司新工艺酒曲的新名称。本次面向公司技术和营销系统对酒曲重新征名即为新工艺混合曲甄选一个匹配的名称，让更多的消费者了解到公司在酒曲研发方面做出的创新工作，传播公司孜孜以求的创新文化，改变行业对小曲旧有的认知评价。

科技创新，永无止境。伴随消费者需求的不断变化以及公司产品质量的不断升级，内生赋能成为公司技术研究的一个重要方向，通过内生赋能构建公司产品的好而不同，进而满足不同消费者对高品质产品的需求。因此，公司微生物研究团队继续对公司酒曲进行着深入研究，通过观察传统土曲中出现的红心现象，从中分离出多株具有产活性成分的红曲霉，进一步对红曲霉定向筛选、科学配比以及制曲工艺优化研究，创建了稳定的高质量“红心”土曲生产工艺。新的酒曲应用于车间确证了“绿衣红心”土曲对清香型白酒中关键酯类物质的产生具有显著促进作用，且降低了原酒中高级醇含量，原酒优级率得到提升。研究成果于2022年8月发表于国际权威期刊《微生物学前沿》（Frontiers in Microbiology）。为公司个性化酒曲开发及原酒酿造提供了技术支撑。

3.6 三香地标原酒

3.6.1 酱香型原酒基地——劲牌茅台镇酒业

劲牌茅台镇酒业公司地处中国酱酒核心产区——贵州仁怀，为劲牌公司控股子公司，是仁怀市2016年重点招商引资项目，是一家集研发、生产、销售、管理与服务为一体的酱香型白酒综合企业。



同时，公司在传承酱酒传统工艺的基础上，致力于为实现酱酒酿造的“机械化、自动化、信息化、智能化”而努力，未来的发展目标是打造“智慧工厂”和“美丽工厂”。

3.6.2 浓香型原酒基地——宜宾南溪酒业

宜宾南溪酒业有限公司，地处中国酒都四川宜宾，成立于2012年4月，当年9月开始动工兴建。利用四川宜宾得天独厚的气候、水源和土壤条件，按照传统酿造工艺，结合“四化”生产方式，生产五粮浓香型白酒，是国内最先采用机械化、自动化酿酒的浓香型白酒企业。

公司还将建设“最美企业”作为奋斗目标，2024年将全部建成，届时可实现机械化、自动化、信息化、智能化“四化”酿造，完全替代传统人工模式，成为国内浓香型白酒智能酿造的标杆企业。

3.6.3 清香型原酒基地——湖北黄石酿造总厂

酿造总厂，成立于2017年12月，定位为公司小曲原酒生产厂，本部设置在枫林厂区，另辖两个毛铺厂区，分别位于湖北省黄石市阳新县枫林镇、大冶市刘仁八镇及灵乡镇，其中毛铺厂区建于2001年，枫林厂区建于2011年，是全国最大的小曲清香型白酒酿造基地。

酿造总厂将传统酿造工艺与现代科技相融合，行业首创“固态法小曲白酒机械化酿造工艺”，实现了酿造过程的机械化和信息化的有效融合，克服了气候环境和人为因素对生产过程的影响，天天生产桂花酒。2013年11月，该工艺被国家工业和信息化部鉴定为整体技术达到国际领先水平。

3.7 质量管理

3.7.1 全国质量奖、组织奖和个人奖的背后

2021年12月2日，中国质量协会年会在北京举行，会议现场对来自全国15家大中型获奖企业和7家全国质量奖提名奖企业进行表彰。劲牌有限公司获得“第十九届全国质量奖组织奖”荣誉称号。

2022年11月24日，劲牌公司董事长吴少勋获评“中国杰出质量人”。这是劲牌公司继2021年获得第十九届全国质量奖组织奖后，再次问鼎全国质量奖。劲牌公司能够接连问鼎全国质量奖的核心“秘方”是什么？这背后是对产品品质的自信。作为保健酒行业领军品牌，劲牌公司秉承“传承中华养生智慧，专注酒业健康科技”的理念，以消费者健康为己任，追求极致产品品质，为消费者提供健康产品。

70年初心不改，在市场洗礼中砥砺前行；70年精心打磨，产品品质不断提档升级；

70年匠心酿造，只为消费者身体更健康，生活更美好。

高品质之源——全国布局万亩道地中药材基地

药材是劲牌产品核心原料——中国劲酒的精华，也是影响产品品质的直接因素。不同产地之间药材的质量、成分差别很大。《本草纲目》记载：“性从地变，质与物迁。”药材的品质与安全，均有其显著的地域性特征。为把控药材的产地和质量，劲牌公司在全国范围内遴选道地药材产地，并严格按照《中药材生产质量管理规范》(GAP)指导药材的种植和采收，严格监控药材从种植、采收到加工、运输的全过程，从源头上杜绝“产非其时、采非其时”的药材进入。同时，劲牌公司还通过采用中药指纹图谱技术，对药材品质进行检测，从源头上确保劲酒的品质安全。

高品质之力——科技让酒更健康

劲牌在业内率先应用中药现代化成果，实施单药提取工艺，采用热提取罐和膜分离技术，对中药材进行科学提取、分离和纯化，将其有益成分单独分离出来，进一步保证产品品质稳定性。

多年来，劲牌坚持用科技创新为品质背书。劲牌公司投资3.8亿元建设劲牌研究院，配置国际一流检测试验仪器。公司建有院士专家工作站、国家博士后研究工作站、中国轻工业露酒工程技术研究中心、湖北省保健酒工程技术研究中心等12个科研创新平台，为研发和技术创新奠定坚实的硬件基础。公司拥有国际、行业领先的“中药数字化提取分离技术”“新工艺小曲开发与应用”等16项核心技术，成为公司品质保障的关键支撑。同时，劲牌将产品质量安全视为企业生命之基，自创办之初，就建立了一套严格的内部质量控制体系。

劲牌率先提出“按做药的标准生产酒”的理念，自主制订并全面实施的企业标准总计5000多项，规范覆盖了从原料种植、采收、运输到包装用材质量监控、酒体调配灌装，以及劲牌产品上架销售等整套工序，其中有95项监测指标高出国家标准。

为了从源头保证产品质量安全，劲牌依托国家博士后科研工作站和国家CNAS认可实验室开展研发工作，为技术创新提供有力保障。目前，劲牌检测中心国家认可检测项目达到179项，对农药残留、重金属、黄曲霉毒素等食品安全指标进行重点监控，建立完整的食品安全监控体系。

多年来，劲牌与美国查尔斯河实验室、日本大阪大学、英国帝国理工大学等国际科研机构及院校开展多项技术合作。

3.7.2 三级品控--质量模式典型案例

2009年，为进一步完善现有工艺、实现生产过程的全面管控，劲牌酒厂工艺质量科分为工艺科与质量科，将原技术中心工艺研究部分职能划至工艺科，产品预灌、成品指标检测职能划入检测中心。与此同时，为完善各车间过程管理，质量科正式推行三级品控，先后在增设包装车间现场管理员及半成品车间质量科品控员，三级品控模式如下：

一级为执行控制，为三级控制中的基础部分，责任人是一线操作员工。通过对生产前的点检、各工序的首检，以及通过操作要求所规定的检查频率和抽样数量对过程进行监控。

二级为管理控制，是三级控制中的核心部分，管理控制的责任人为各班组长及基层管理人员。通过班前的检查，首尾检的确认，各个工序的抽查，来确保产品质量。

三级职能部门的稽查控制。稽核控制的责任人为品管员、现场管理员、工艺员及其他管理人员。根据管控体系要求对关键的、重点工序进行周期性、目标性的监控、验证控制，预防发生批量性、系统性不良品及质量异常。对班长和操作人员的执行控制进行监控，严格要求按品控模式来执行。

2011年，公司荣获“黄石市首届市长质量奖”；2012年，公司荣获“大冶市首届市长质量奖特别奖”；2014年，公司荣获“第五届湖北省长江质量奖”；2021年3月15日，公司荣获首届湖北省食品安全突出贡献政府奖；2021年12月2日，公司荣获“第十九届全国质量奖”。



4.1 中国劲酒研发

4.1.1 劲酒诞生的故事

改革开放后，国人的生活水平不断提高，对养生酒、滋补酒的需求不断提升。为了让消费者喝健康的酒，1978年，劲牌首次提出滋补酒的概念，开始涉足滋补酒的研发，相继研发出莲桂补酒、长寿酒等滋补酒产品。

1984年，由长寿酒更名而来的“御品酒”在山东济南大观园商场展销时，受到了曹雪芹研究会（以下称“红学会”）的关注，红学会认为公司的御品酒在色、香、味和包装等方面跟宫廷饮用的“红酒”相似，在这样的机缘下，红学会与公司达成了共同研制“红酒”系列产品的合作。红学会会长胡德平（胡德平是原中共中央主席、总书记胡耀邦的长子）代表学会向公司提供了曹府莲花白和芙蓉玉液酒的宫廷秘方，在这样的时代背景下，曹府莲花白和芙蓉玉液酒诞生了。曹府莲花白和芙蓉玉液酒研制成功后，公司在北京康乐餐馆召开了鉴赏会，时任全国人大常委，末代皇帝爱新觉罗·溥仪的胞弟溥杰，在对这两款酒进行品鉴后，欣然题诗赞誉：“香沁荷花绿，独留故邸芳。红楼佳酿在，举世仰霞光。”

那么，红学会手中的清代宫廷秘方是如何来的呢？这就不得不提到一个人，那就是陈伍荣。陈伍荣曾是清代宫廷的一名鉴酒官，专门负责调配宫廷用酒，手上保存有不少清代宫廷秘方。在清末混乱的时局中，陈伍荣逃出了宫廷，经历多年辗转后将宫廷秘方交给了红学会。

那大家熟悉的中国劲酒又是如何诞生的呢？这就不得不提到另一段故事。曹府莲花白和芙蓉玉液酒生产出来后，迅速在国内打开了市场，出口到了马来西亚。1988年春季广交会上，马来西亚华裔李学理（广东省梅州市五华人）拿着一瓶曹府莲花白，来到了湖北省医药保健品进出口公司的摊位上，他提出了中国劲酒的定制需求与原始配方，希望用曹府莲花白的酒瓶作为中国劲酒的酒瓶。之后，黄石外贸局带着中国劲酒的原始配方交给了公司。

公司拿到配方后，组织湖北6名名老中医对原始配方进行论证，论证认为，原始配方组方原料用料猛、组方不科学，不适宜用来生产保健酒。为此，公司结合多年的保健酒研发经验，并对红学会提供的宫廷秘方进行研究，从芙蓉玉液酒的配方（芙蓉玉液酒配方中有9味原料（熟地、当归、枸杞、肉桂、党参、巴戟、丁香、兔丝子、黄

芪)与最初的中国劲酒配方是一样的)中获得启发,重新对中国劲酒进行组方,并进行了多次论证与试验。1989年10月,以清代宫廷秘方为原方,采用现代科技、精选多味道地药材精心酿造而成的中国劲酒诞生了。

4.2 劲牌养生一号的研发与升级

4.2.1 产品策划阶段

- 2017年11月,原产品开发部完成产品策划,制定《劲牌养生1号产品开发建议书》。中高端保健酒开发存在其客观的市场需求。中高端保健酒开发推广,对于实现公司品牌升级及品牌形象延伸,提振市场消费信心、构建公司品牌防御壁垒、提升公司品牌形象、探索保健酒高端市场运作模式有着极为重要的意义。
- 当前公司高端产品缺位,未来需要从技术和品牌上进行探索和战略布局。需要开发一款价值感高、功能感知强、适宜中老年人家庭养生的中高端保健酒(非商务饮用),以彰显公司保健酒专家形象,同时丰富保健酒产品结构。
- 保健酒礼品消费逐渐为消费者接受。礼品消费市场随着经济水平的发展以及大众健康意识的不断提升,礼品消费形态也将不断趋向于“健康化”。随着居民生活水平的日益提高和品牌意识的觉醒,相对有知名度的保健酒产品在礼品市场存在机会。

4.2.1 产品策划阶段

2017年11月27日组织完成立项评审,形成具体评审意见,具体见《劲牌公司专题会议纪要〔2017〕30号(劲牌养生酒立项决策)》。2017年11月27日10:10-10:40,董事长在901办公室组织召开了劲牌养生1号酒立项决策评审会,会议指出,劲牌养生1号产品概念设计符合消费升级趋势和公司产品结构优化的需要,同意立项开发。

2017年12月2日完成项目立项并启动开发,具体项目计划见《产品开发项目计划书(劲牌养生1号)》。

4.2.3 产品上市和推广

2018年6月26日,完成1.68L大容量红色竹盒装和原木色竹盒装开发上市试销;

2018年9月,组织在互联网上线销售,并完成线上产品详情页的设计;

2019年7月,完成试销总结并提交《1907劲牌养生1号酒产品推广方案》提交公司产品策划会评审,根据评审意见明确由定制事业部主导该产品的市场推广,除公司直销平台外,面向具备直营及团购资源的全国经销商发货,严格落实非饱和销售要求,整体从严控制销售数量,保持产品的稀缺性。

2019年10月，新产品开发部联合定制事业部对产品进行了调整并由定制事业部发布上市通知，具体见附件《定制事业部通知[2019]47号—1.68L50度劲牌养生1号上市通知》

2020年12月，产品开发部重新组建，养生1号整体业务由定制事业部再次调整回产品开发部，2021年1月实现3款升级产品上市（包括1.68L50度礼盒装2款、700ml50度单盒装1款）。

2021年1月，公司产品策划会通过了养生1号的产品价格策略；3月，产品策划会确定了养生1号品牌及推广策略，同时要求市场部遴选外部策划公司，加快推进养生1号品牌及推广策略的执行落地。

2021年4月，公司产品策划会讨论了养生1号的一品一策，要求对产品广告语做进一步策划。

4.2.4 养生一号2.0版产品开发

2021年9月，启动2.0版产品的升级开发，在养生一号1.0产品基础上，产品价值感、功能感知及产品形象要进一步升级。基酒年份由10年提高到15年，药材要遴选道地的稀缺药材，组方要求由全国知名的中药和药学专家进行论证和修改完善。

2022年9月，酒体和包装全新升级的新养生一号酒上市。



4.2.5 养生一号产量何以有限

养生一号作为一款高端养生酒，历经五年的开发和升级优化，完成了产品的优化升级。一是高端产品的开发难度大，组方、功能、产品口感、价值构建等等都需要进行长时间、严谨的论证和测试试验。二是劲牌对产品开发态度，产品四要素（安全性、功能型、稳定性、口感）必须要得到保证才能上市。三是药材稀缺性，组方中10味药材来自道地的稀缺药材，产量少、价格高。四是基酒使用的是100%高年份陶缸陈酿清香型白酒，属于稀缺资源，数量也不大。五是保健酒生产周期长，药材采购、酒体生产、陈酿等周期长，从下达计划到成品灌装至少历经半年以上。

4.3 毛铺苦荞酒的研发与焕新升级

4.3.1 毛铺苦荞酒的研发背景

随着现代社会社交需求的增多，酒精性肝损伤已经成为危害大众身体健康的问题

之一。其由长期大量饮酒所致，致病因素单一而明确。肝脏是负责酒精代谢的主要器官和重要场所，酒精被机体吸收后，约90%在肝脏内代谢。而酒精的去除主要也要由肝脏进行，因此酒精对人体的损害作用，尤其是对肝脏的毒性作用日益引起人们的重视，探讨酒精所致肝损伤的病程、病理变化具有重要意义。而长期饮酒甚至可引起酒精性肝病，包括脂肪肝、酒精性肝炎、肝纤维化、肝硬化和肝癌等。如何在满足国人饮酒乐趣享受的同时，尽量减小因饮酒而造成的伤害，就成为我们酿酒人肩上的重任。

因此在本世纪初，公司就考虑能否在传统白酒中添加一些具有保护肝脏作用的药食同源药材，赋予传统白酒健康属性。2005年左右，我们在收集民间验方的基础上，向传统白酒中添加了从葛根、枸杞、乌梅、大枣等药食同源药材中提取的功能成分，并不断进行修正完善。2008年左右，公司正式决定在所有产品中都赋予健康功能，确立坚持走健康白酒差异化路线的战略决策，从而为发展道路一直不明确的白酒事业指明的方向。2008-2009年，首先完成了“减小肝损伤”健康功能的组方和实验验证，一举获得了湖北省科技厅的成果认定，随后成功申报国家发明专利。



在我国云贵川等地，一直以来就有以苦荞麦为原料的酿酒史。了解到苦荞麦的药效后，劲牌公司于2009年初尝试以苦荞麦为原料进行原酒酿造，而苦荞麦中的黄酮类物质根本无法通过蒸馏方式进入到原酒中，且酒质也无任何优势。鉴于此，苦荞酒研发团队决定改变思路，不再追求苦荞麦的酿造，而是充分发挥公司的中药提取技术，将苦荞麦的有效成分提取出来，作为功能因子用于酒体的开发。第一代以清香原酒为基础，适当辅以苦荞提取物的苦荞酒于2010年上半年开发出来了，但可悲的是这款产品基本上无人问津。研发团队几乎已经认为，该产品又会像其它曾经开发的众多试销即夭折的产品一样，仅仅存在于产品的研发档案中。经过两年多的反复摸索攻关，集清香、浓香、酱香风味于一体的第二代毛铺苦荞酒于2012年中期终于完成初稿，该款产品融清香之轻爽、浓香之绵甜、酱香之幽雅细腻于一体，有别于市场上的常见风味，拥有自己独特的个性，才终于在白酒市场上拥有了自己的一席之地。

4.3.2 毛铺苦荞酒的产品功效验证

该产品是在传统白酒中添加的是药食同源的草本药材，理论上其安全性可以得到

保障。但公司仍选择了全球最权威的第三方安全性评价机构——美国查尔斯河实验室进行了安全性验证。查尔斯河实验室是全球规模最大、最权威的临床实验单位，客户包括世界领先的制药企业，生物科技实验室，政府部门以及大型医院和学术机构等，是全球安全性评价的权威机构。检测结果表明，毛铺苦荞酒安全可靠。

与此同时，“减小肝损伤”功能在得到华中科技大学同济医学院验证的基础上，也在美国哈佛大学医学院和日本大阪大学得到了进一步验证。哈佛大学医学院研究发现，添加苦荞麦提取物的毛铺苦荞酒，在体内动物模型和体外肝细胞模型对酒精引起的急性和慢性肝损伤有保护作用。研究论文于2020年正式发表于专注医学转化研究方向的国际期刊——《美国转化研究杂志》。而与大阪大学的研究成果《苦荞中槲皮素诱导自噬抑制蛋白质聚集》则于2021年在瑞士科学期刊《Antioxidants（抗氧化剂）》上发表，并在大阪大学官网刊载，引发了国际医学领域的关注。该研究发现，苦荞麦中的槲皮素，一方面能诱导细胞自噬，另外一方面还能诱导聚集吞噬，用来清理对肝细胞、神经细胞有害的蛋白质聚集物，从而达到保护肝脏细胞的作用。

4.4 毛铺草本年份酒的研发与上市

4.4.1 毛铺草本年份酒的研发背景

在人们对物质和精神生活需求日益多样化、极致体验化的大消费背景下，“喝少点、喝好点”成为酒类消费升级的主要驱动因素之一。随着社会人均知识水平和信息通透，消费者对产品各类信息的真实性知晓需求也越来越高。在此大背景下，为规范市场上的年份酒流通，中国酒业协会联合国内各大知名酒企起草颁布实施了白酒年份酒、露酒年份酒（白酒酒基）团体标准，劲牌公司作为主要起草单位之一也参与了标准制定。



公司基于四川浓香、贵州酱香、湖北清香三大基地的原酒产能和老酒库存，决定在经过产品功效和市场接受度验证的毛铺荞酒技术路线背景下，采用浓香老酒、酱香老酒、清香老酒三香复合，取浓香老酒的绵甜、酱香老酒的细腻、清香老酒的净爽开发次高端的毛铺草本年份酒，同时选用道地药材“苦荞麦、葛根、枸杞子、桑叶、针叶樱桃果”

的活性成分赋予酒体“减小肝损伤、辅助降三高”功效。

2022年1月25，公司在中酒协、方圆认证、行业专家的审核认定下，成为行业内第一家取得年份酒认证的企业。在公证下，第一批毛铺草本年份酒严格按照《CQMNS-GK-GZ-NFJ-01：2021年份酒产品认证实施规则》组织生产，陈酿到期后于2022年5月在武汉首发上市，毛铺草本年份酒也成为行业内第一款通过中酒协和方圆双重认证的露酒年份酒，证书编号为CQM22NFJ000001。

4.4.2 毛铺草本年份酒的组方与产品功效

毛铺草本年份酒沿用毛铺养酒组方的基础上，选用8年、12年、15年以上真年份老酒，且其真实年份通过中国酒业协会和方圆标志认证集团的双重认证。产品融合苦荞、葛根等五味草本精华，酒体微黄通透，口感绵柔醇和。在享受饮酒乐趣的同时，让身体没有负担，看得见的“草本浆、真年份”。

产品功效经湖北省食品药品安全评价中心人群试食评估认为，毛铺草本年份酒与空白对照组比较，毛铺草本年份酒试食组降低总胆固醇和甘油三酯的趋势较为显著，有助于维持血糖健康水平。

4.5 持正堂中成药与中药配方颗粒

4.5.1 2022年重点工作回顾

- 2022年6月，按照中药1.1类创新药提出的临床试验申请获国家药品监督管理局药品审评中心正式批准，并发布了药物临床试验批准通知书，受理号：CXZL2200022，通知书编号：2022LP00976。
- 2022年7月，中药技术部经理胡辉荣获劲牌有限公司2021-2022经营年度“劲牌工匠”称号。
- 2022年7月，中药技术部荣获劲牌有限公司2021-2022经营年度“先进团队”称号。
- 2022年10月，中药技术部完成了19个湖北省配方颗粒质量标准的质量研究，完成申报资料的提交并协助湖北省药品监督检验研究院完成了标准复核。
- 2022年12月，中药技术部完成了47个外省配方颗粒质量标准的对标研究工作，并根据审查要求向湖北省药品监督检验研究院提交了质量标准的互认申请。
- 2022年12月，根据劲牌持正堂药业业务调整需要，中药技术部更名为中药配方颗粒技术部。

4.5.2 中药配方颗粒技术研发进展情况

中药配方颗粒技术研发：截止2022年12月份，中药技术部已完成了212味国家标准中药配方颗粒的对标小试，并根据不同产地的药材小试结果完成了饮片质量标准的制定。其中，有156个品种已实现了商业批生产验证。

2022年12月，中药技术部已完成了湖北省发布的第三批共304个配方颗粒质量标准的对标梳理，根据销售需求明确了其中169个品种需开展对标研究工作，已完成96个品种的对标研究工作和标准的制定，有57个品种已完成了商业批生产验证。

4.6 持正堂保健食品开发

保健食品技术部成立于2011年11月，隶属于劲牌持正堂药业有限公司，主要负责保健食品、普通功能食品的研发。

4.6.1 开发的主要产品

- 劲牌冬虫夏草黄芪当归珍珠玫瑰花胶囊（女士型）

产品组方源自元代李东垣所创“当归补血汤”，经由国医大师、中科院院士优化论证组方，是国内首款针对女性身体体质开发的冬虫夏草类保健食品。

- 劲牌冬虫夏草人参马鹿茸铁皮石斛女贞子胶囊（男士型）

产品组方源自清代凌免《饲鹤亭集方》，经由国医大师、中科院院士论证，结合当代男性补肾养身、强健体魄的需求进行组方。是国内首款针对男性身体体质开发的冬虫夏草类保健食品。

- 劲牌黄精肉苁蓉胶囊

产品组方由中国劲酒药材的基础组方优化而来，经国医大师、中科院院士论证，具有温补肾阳，缓解疲劳的功效。

- 金眠牌天麻灵芝五味子片

产品组方经国医大师、中科院院士论证，重在调理气血，有益气养血、补肾宁心、养心安神的作用，从根本上调理人体脏腑功能，达到改善睡眠效果。



● 玫侣牡蛎葛根枳椇子饮料（红茶味）

玫侣含牡蛎、葛根、枳椇子等原料的活性成分，具有防醉酒、解酒的功效。

● 藿香紫苏饮

产品组方源自清代凌免《饲鹤亭集方》，经由国医大师、中科院院士论证，结合当代男性补肾养身、强健体魄的需求进行组方。是国内首款针对男性身体体质开发的冬虫夏草类保健食品。



● 蓝莓叶黄素酯片

选用天然冻干蓝莓粉和叶黄素酯，具有保护视力、缓解视疲劳的功效。

● 牡蛎肽玛咖片

选用牡蛎、玛咖、人参等原料，具有提精提神，强壮体魄的功效。

正在研发中的产品有：破壁灵芝孢子粉胶囊、改善记忆功能保健食品、护胃功效保健食品、护肝功效保健食品等。

4.6.2 保健食品产品专利与学术研究

产品专利一览表

序号	专利名称	专利号	授权情况
1	冬虫夏虫复方含片及其制备方法	ZL201510105925.7	已授权
2	一种从五味子提取液中纯化五味子醇甲及五味子乙素的方法	ZL201510197055.0	已授权
3	一种冬虫夏草的乙醇冷冻灭菌方法及其应用	ZL201710306339.8	已授权
4	一种降低冬虫夏草中砷含量的方法	ZL201710155443.1	已授权

专业论文一览表

序号	论文名称	发表期刊	发表时间
1	《不同产地冬虫夏草对硫酸庆大霉素致急性肾损伤的保护作用》	《中国药师》	2015, 18 (12)
2	《不同产地冬虫夏草对小鼠免疫免疫功能的影响》	《医药导报》	2016, 35 (7)
3	《冬虫夏草胶囊（女士型）对肝郁脾虚症候的调节作用：随机对照实验》	《中国中西医结合杂志》	2018, 38 (8)
4	《桑叶总黄酮提取工艺的研究》	《食品与发酵科技》	2019, 55 (4)
5	《冬虫夏草胶囊改善男性肾阳虚证及抗氧化功能临床研究》	《中国药物与临床》	2020, 3 (20)
6	《胡芦巴总皂苷提取工艺的研究》	《农产品加工》	2020
7	《麦冬多糖提取与纯化工艺研究》	《海峡药学》	2021, 33 (03)
8	《茯苓、白芷、白扁豆混合物中总多糖提取工艺优化》	《中国酿造》	2021,40 (12)
9	《黄精肉苁蓉胶囊制备及抗疲劳作用研究》	《食品与发酵科技》	2022, 58 (05)
10	《白芷中欧前胡素醇提水沉工艺研究》	《食品与发酵科技》	2022, 58 (05)

4.7 电商系列产品开发

4.7.1 毛铺尊享——养酒电商专款

产品度数：42°

产品规格：500ml、500ml*2礼盒装

主要配方：苦荞麦、葛根、枸杞子、针叶樱桃果、罗汉果

健康内涵：辅助减轻肝损伤，辅助降血脂

产品特色：享有两项国家发明专利，采用宜宾浓香、茅台酱香和毛铺清香三香地标产区，中下层醅取酒，香味物质丰富，经六年陶缸陈酿，按照黄金比例精心勾调，酒体微黄透明，浓郁绵甜，享受绵柔。同时，融入了苦荞麦、葛根、枸杞、山楂、罗汉果五味原料中的草本精华，“一口喝三香，更有草本浆。”

产品价格：148元/瓶、298元/提



4.8.2 追风活力——大众化保健酒补充产品



产品度数：32°

产品规格：150ml、500ml、600ml*2礼盒装、5L

主要配方：固液法白酒、水、白砂糖、木瓜、薏苡仁、枸杞、茯苓、黄精、山药、大枣

产品特点：

①选料真，用料实。药材取自专属原料直供基地，安全种植、科学采收，每一味药材都通过了中药指纹图谱技术严格甄选。选料真，用料实。

②粮食酒，口感纯。原酒是以东北上乘高粱和江南优质稻谷为原料，于幕阜山下劲牌原酒生态园酿造而成。粮食酒，口感纯。

产品价格：9元/瓶、19元/瓶、79元/提、169元/提

4.8.3 劲头足窖酒——家庭口粮酒



产品度数：50°

产品规格：5L

主要配方：固液法白酒、水、苦荞麦、葛根、枸杞子、山楂、三氯蔗糖、食用香料，葛根素 $\geq 5\text{mg/L}$

产品特点：

①劲头足窖酒基酒采用东北糯高粱和双龙泉的泉水酿造，品质纯正。

②精选3年以上优质原酒，盛装酒体的陶缸采用“前山矿石后山碳、中间的泥巴烧窑罐”的四川隆昌泥烧制，吸附性和透气性好。

③劲头足窖酒酒体中含有葛根、枸杞、山楂等草本精华，富含活性成分，能减少饮酒负担。

产品价格：200元/提

4.8.4 劲牌饗酒——桑菊风味养生酒

产品度数：40°

产品规格：500ml

主要配方：桑叶、杭白菊、阿胶肽、大枣、玫瑰花、葛根、罗汉果

产品特点：

①自然本味：臻选优质杭白菊入酒，保持菊饮最原始天然的风味与色泽，桑菊风味突出，菊香淡雅，品味自然纯粹；

②轻享体验：采用5年陈清香型原酒，酒体清亮透净，清香纯净，清甜爽净；入口不辣喉，不口干，不宿醉；

③经典古方：配方源于中医四大名著《温病条辨》，以菊花、桑叶、金银花等草本入酒，重构经典古方，轻养身心。

产品价格：98元/瓶



4.8.5 半壶——文化特色白酒

产品度数：46°

产品规格：500ml

主要配方：白酒、水、山楂、人参（人工种植）沙棘、葛根、罗汉果、枸杞子、玛咖粉

产品特点：

①高粱大米糯米小麦玉米5种粮食酿造，酒香饱满；

②6年陶缸陈酿自然老熟，酒体醇厚，口味协调原料纯正

③山楂、人参、沙棘、葛根、罗汉果、枸杞子、玛咖7味草本精华，减少负担。

产品价格：158元/瓶



4.9 定制类产品开发

4.9.1 主要特色主题产品开发及其利益点

主题酒 2014年，基于定制行业个性化的发展趋势，历经三年探索完成个性化定制酒核心产品——“主题酒”的开发上市，以“助兴人生喜悦时刻”为品牌主张，传达传递积极健康的价值观，同步建立了与之配套的“酒体内涵+包装外延”双重模块化定制体系，逐步实现“一件起订、一周发货”生产交付机制。2022年9月，为进一步完善供应链管理体系，保障个性化定制业务高效运转，分别从包装工艺、酒瓶外观、酒体内涵等方面对主题酒产品完成全新升级。



2014年起，3L劲牌坛藏定制酒开发上市，以“见证生命中的每一次精彩”为品牌主张，提供专属定制服务。52-68度三款高度酒体可选，清浓酱三种香型均来自劲牌三大原酒基地，陶坛经1280度高温烧制而成，13道工序精心打磨，利于酒体持续老熟；坛身镶嵌锌合金标牌，可激光镌刻定制信息，打造专属纪念意义。



2017年1月，结合传统“年”文化、酒文化、剪纸艺术及陶瓷技艺，完成首款生肖纪念产品劲牌生肖大红坛产品上市销售，之后每年春节前夕，围绕当年生肖年属性完成生肖大红坛的开发上市，作为春节类特色产品，一瓶一码，限量销售。



2017年12月，以“7号样”命名的内供酒开发上市，以百元及以上价格带的两款光瓶产品，通过有限的直营渠道限时限量销售。已经过4年发展已经积累了较为稳定的

精彩荟平台每月7号、17号、27号销售，销售时间早7点到晚7点，产品整件销售，每个ID限购7件。

2021年3月，基于“和露”的品牌联想及低度利口酒的细分市场的需求，将“和露酒”定位为草本利口酒，通过对产品进行健康赋能，突出产品“健康+品质”的核心卖点，与竞品形成差异化的同时，满足年轻消费群体的消费需求。于11月份完成和露·青梅酒、和露·树莓酒产品两款上市推广，2022年完成和露·枸杞酒的上市。



2021年12月，为进一步拓宽保健酒品牌发展路径，持续探索保健酒的新形态，以葆康为品牌进行统领，启动特色原料系列及古方传承系列产品开发。围绕春节民俗文化及饮屠苏酒以避瘟疫的习俗完成500ml36度屠苏酒开发上市；2022年5月，结合国潮元素，打造国公酒新形象，完成500ml52度新国公酒与5L42度新国公酒两款产品开发上市。结合特色原料的强功能属性，葆康品牌从特色原料类（功能类）方向进行产品开发，完成500ml42度雪莲酒的开发定型。



4.9.2 主2022年度福利酒·贺岁酒开发及销售

2022年劲牌贺岁酒聚焦春节消费场景策划了以“劲牌贺岁酒，欢聚中国年”为主题的春节营销活动，通过整合公司全体员工、全网渠道资源进行线上线下、总区联动推广；同时在营销推广模式方面不断尝试探索，进一步提升了劲牌贺岁酒的品牌价值与声量，总体实现销售14140.91万元，其中大容量贺岁酒销售13274.38万元，特色类贺岁酒销售866.53万元。



5.1好而不同，科技赋能

劲牌公司坚持“以用户为中心”的产品开发理念，围绕“安全、口感（饮用和饮后舒适度）、功能、稳定性”来设计和开发产品，始终坚持“两手抓”，一手抓基础研究，为产品蓄势；一手抓应用研究，为产品赋能；坚持“走出去，引进来”，与全球顶尖科研院所（机构）合作，对优质的技术和研发资源，大胆吸收和应用。

在劲牌，科技赋能是一大特色，是消费者在许多地方看不到的。其中，作为行业唯一的“中药数字提取技术”，实现了中药提取成份的精准控制，用中药现代化技术为酒赋能；作为行业首创的“智能化酿造技术”，打破了白酒行业千百年来的传统生产模式，能够精准控制工艺参数，使得原酒优级率屡创新高。

劲牌利用“中药指纹图谱技术”精准鉴定药材品质，使得产品质量的稳定性得到了充分保证。多年来，公司与北京大学、武汉大学、华中科技大学和美国哈佛大学医学院、夏威夷大学、日本大阪大学、英国帝国理工大学、比利时鲁汶大学等国内外科院校，在中药工程技术和质量控制、中药药理分析、工业微生物检测等领域开展了多项富有建设性的科研攻关工作。历年来，共获得国家科技进步奖1项，省部级以上科技进步奖19项。其中，有17项重大科技成果被国内权威部门机构鉴定为达到国际领先（先进）水平，获得发明专利81件。

5.2 从科技楼到劲牌研究院大楼

劲牌公司技术研发秉承“资源配置与国际先进水平接轨”的宗旨，对标国内外一流科研单位的实验室资源配置标准，遵循“安全、高效、舒适、环保”的原则，公司投资3.8亿元建成行业领先的劲牌研究院大楼实验室，拥有保健酒行业唯一的国家认可实验室，实现公司实验硬件平台的提档升级，在中国酒业具有领先地位，为公司技术创新提供有力的硬件保障。



同时，公司按照“做积木”和“搭积木”的总体框架，设置了三个产品应用开发单元和六个专业研究室，分别承接产品应用开发与基础应用研究职能，以矩阵式的项目合作模式，既保证各技术领域的专业化发展，又保证各专业领域在共同技术目标上的团队合作、高效协同，更好的服务于公司的技术研发。形成由副总裁领导，技术委

员会指导的“13711”协同创新管理架构体系。（1个研发管理+3个产品开发+7个基础研究+1个质量检测+1个开放创新平台）

劲牌研究院搭建了专业齐全的学科体系和结构合理的人才梯队，拥有专职技术研发人员380余名，主要由中医学、中药学和食品科学专业人员组成，其中享受国务院政府津贴专家7人，享受省政府津贴专家（含省突出贡献中青年专家）8人、博士9人、高级工程师23人、中国酿酒大师2人、国家级品酒委员30人、省级品酒委员40人。



5.3 劲牌与国内外高校科研机构的技术合作

5.3.1 保健酒技术部项目合作

中国劲酒指纹图谱的研究

公司与北京大学药学院屠鹏飞教授团队开展中国劲酒指纹图谱的研究。项目对中国劲酒所用的药材、中间体和成品进行系统的指纹图谱研究,建立中国劲酒药材、中间体和成品的指纹图谱检测标准,从原料、生产过程和最终产品全过程控制中国劲酒质量,为广大消费者提供质量一致、稳定的优质保健酒。该研究,不仅可以进一步完善中国劲酒的生产工艺、提高中国劲酒的质量、树立中国劲酒的品牌、促进中国劲酒的市场开拓,具有巨大的经济效益和社会效益。该技术具有真实、稳定、可靠的优点,应用于保健食品的质量控制,突破了传统的显微鉴别、理化鉴别、含量测定等质量控制技术的局限性,解决了中药成分复杂、质量不易控制的问题,填补了保健食品指纹图谱质量控制的空白,达到国际先进水平。

保健酒关键技术创新集成及产业化

公司与中国食品发酵工业研究院、华南理工大学、湖北中医药大学以及中药保健食品质量与安全湖北省重点实验室开展保健酒关键技术创新集成及产业化研究。

该项目创建了保健酒“一体化”质量控制技术体系，研究明确了保健酒全产业链的安全及质量关键控制点，建立了系统控制模型及保健酒中药原料GAP基地，阐明了保健酒生产过程中重金属、农药残留的迁移规律；建立了保健酒生产全过程的指纹图

谱控制技术和近红外在线快速检测技术；明晰了保健酒质量稳定机理，建立了保健酒质量控制技术，确保了保健酒产品质量稳定，项目整体技术达到国际领先水平。

2016年4月6日，中国酒业协会技术委员会组织业内专家在办公楼一楼贵宾会议室对由劲牌公司、中国食品发酵工业研究院、华南理工大学、湖北中医药大学以及中药保健食品质量与安全湖北省重点实验室共同完成的“保健酒关键技术创新集成及产业化”项目进行了成果鉴定。

中国劲酒品质控制过程中微量成分稳定性与质量标准研究

公司与澳门大学联合开展。该项目首先采用非靶标和靶标代谢组学的方法与技术，筛选和确认中国劲酒随时间衰减、增加或不变的微量成分，分析衰减成分和含量增加成分之间存在的潜在互相转化关系。分析酒体中的衰减成分在不同环境条件（如光和温度变化等）下的变化规律，阐明其衰减产物，对于在生产及货架期中重点关注的微量成分进行了研究明确，指导在中国劲酒生产过程中功效成分质量控制及货架期功效成分保护方面具有指导意义。

中国劲酒补肾作用机理与应用

公司与复旦大学附属华山医院中西医结合研究所、中药保健食品质量与安全湖北省重点实验室联合开展。2013年8月12日，湖北省科技厅在上海主持召开了“中国劲酒补肾作用机理与应用”技术成果鉴定会。最终确定了中国劲酒组方的指导思想是依据中医“肾为先天之本”的理念，“温补肾阳，补肾固本”。该项目历时5年，最终实现“超药”的标准生产研发保健酒。

中国劲酒安全性评价

公司与美国查尔斯河实验室（Charles River Laboratories）联合开展。2015年8月1日，中国劲酒和毛铺苦荞酒两款产品在美国查尔斯河实验室（Charles River Laboratories）进行的安全性评价圆满收官。

5.3.2 健康白酒技术部项目合作

基于风味组学技术解析毛铺苦荞酒关键风味成分及控制指标研究

公司与北京工商大学联合开展，该校是全国第一所食品科学与工程专业通过美国食品科技学会和国际食品科学技术联盟国际双认证的高校。

2016年初，健康白酒技术部与北京工商大学食品学院孙院士团队经多次讨论，初

次确定了毛铺苦荞酒风味物质研究实验方案，计划研究苦荞酒及其基酒中挥发性风味成分，找到对苦荞酒及其基酒风味有重要贡献的成分，最后分别筛选出20-50种挥发性风味成分及其含量范围，作为苦荞酒及其基酒质量控制的依据，以期有效的指导和控制其生产。

2021年9月，劲牌研究院与北京工商大学孙宝国院士团队的联合研究论文《采用感官导向风味分析法对苦荞中关键香气成分进行表征》正式发表于美国化学学会刊物《农业与食品化学》。

2019年5月，《基于风味组学技术解析毛铺苦荞酒关键风味成分及控制指标研究项目的成果评价会》在武汉举行。

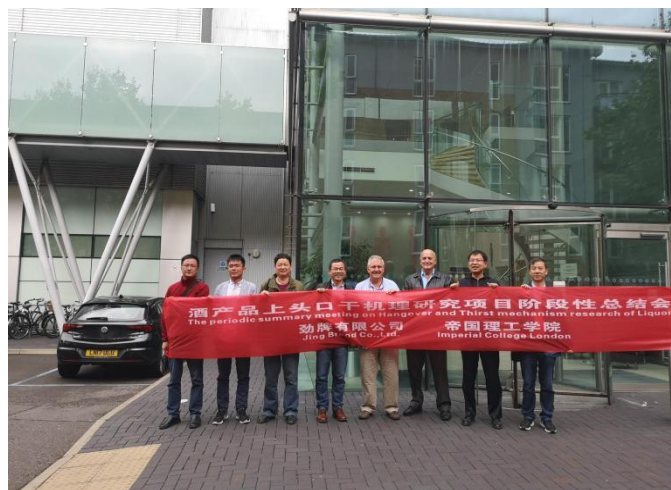
《试验性研究毛铺苦荞酒中中药提取物对细胞自噬的影响》

公司与日本大阪大学联合开展。大阪大学（Osaka University），是一所本部位于日本大阪府吹田市的日本顶尖、世界一流的著名研究型国立综合大学，综合实力日本第三，作为日本国内的最高学府之一，在全球都享有很高声望。

公司于2018年开始与大阪大学野田教授合作，探索研究毛铺苦荞酒对细胞自噬的作用情况，2021年项目正式结题。

研究成果《苦荞中槲皮素诱导自噬抑制蛋白质聚集》于2021年在瑞士科学期刊《Antioxidants（抗氧化剂）》上发表，并在大阪大学官网刊载，引发了国际医学领域的关注。

2022年6月23日，由中国轻工业联合会组织并主持召开“毛铺苦荞酒及其草本活性成分多途径辅助减小肝损伤作用机制研究”科技成果鉴定会在武汉举行。中国中医科学院教授马晓北、华中农业大学教授梁运祥等7名专家学者对该研究成果进行了鉴定，并一致认为劲牌公司这一项目整体技术达到国际领先水平。



《毛铺苦荞酒对酒精性肝损伤辅助保护作用研究》

公司与布里根妇女医院(Brigham and Women's Hospital, BWH)联合开展。该是美国哈佛医学院附属的一家大型综合性医院，也是全球产生诺贝尔奖最多的医院之

一，拥有一流的学术资源和医疗队伍，其代表了世界医学技术研究的最高水准。

该项目开始于2016年，结束于2019年。

研究成果《苦荞麦提取物通过抑制氧化应激和线粒体细胞死亡途径减轻酒精引起的急性和慢性肝损伤》于2020年在美国科学期刊《American Journal of Translational Research (美国转化研究)》上发表。实验发现，添加苦荞麦提取物的毛铺苦荞酒，在体内动物模型和体外肝细胞模型对酒精引起的急性和慢性肝损伤有保护作用。

2022年6月23日，由中国轻工业联合会组织并主持召开“毛铺苦荞酒及其草本活性成分多途径辅助减小肝损伤作用机制研究”科技成果鉴定会在武汉举行。中国中医科学院教授马晓北、华中农业大学教授梁运祥等7名专家学者对该研究成果进行了鉴定，并一致认为劲牌公司这一项目整体技术达到国际领先水平。

5.3.3 微生物研究室项目合作

低产高级醇酵母菌株筛选及应用

公司与比利时鲁汶大学凯文（Kevin Verstrepen）教授团队联合开展。

该项目筛选了9株低产杂醇油酵母，其中Y249与产酯酵母复合菌剂发酵后，其中四车间产杂醇油相比2018年同期降低20%，提升了原酒优级酒率，2019年10月Y249酵母在毛铺三分厂实现推广，主要用于粳高粱生产，制定颁布了用曲标准。2020年1月，该研究经湖北技术交易所主持组织成果鉴定，项目整体技术达到国际领先水平，成果另发表SCI论文一篇。



该项目在国内外首次采用Interdelta PCR指纹图谱分析技术，系统研究了清香型白酒酒曲和发酵过程酵母菌分类，获得6类基因型不同的酿酒酵母，阐明了酿酒酵母亚种类群，为选育优良酿酒酵母奠定了基础；研究采用SINGER酵母显微操作系统，建立了基于单孢杂交快速选育发酵菌株新方法，首次在固态清香型白酒发酵中运用酿酒酵母单孢子杂交育种技术，获得了9株降低杂醇的新菌株，原酒杂醇含量降低10%以上。

2020年1月，《降低杂醇提高乙酸乙酯优良酵母选育及在清香型白酒中的应用》项目由劲牌有限公司、鲁汶大学、比利时弗兰德生物技术研究所共同完成，由湖北技

术交易所主持组织成果鉴定，中国工程院院士孙宝国担任鉴定委员会主任委员，鉴定委员会一致认为，项目整体技术达到国际领先水平。

5.3.4 稳定性研究室项目合作

中国劲酒缓解体力疲劳主效成分群研究

劲牌公司联合中国药科大学李萍教授团队围绕中国劲酒微量成分进行了系统研究，通过中药的“谱-效”关联分析策略，揭示中国劲酒发挥缓解体力疲劳保健功效的主要活性成分群，逐步弄清中国劲酒的药效物质基础，为中国劲酒质量控制体系的不断升级与优化提供科学依据，并将研究成果应用到中国劲酒的生产实践中，以实现中国劲酒质量控制体系的优化升级。

2022年7月6日，中国轻工业联合会在武汉以现场和视频会议相结合的方式组织并主持召开了由劲牌有限公司、中国药科大学联合完成的“中国劲酒缓解体力疲劳主效成分群研究及应用”科技成果鉴定。鉴定委员会一致认为，该项目整体技术达到国际领先水平，同意通过鉴定。

5.4 中药指纹图谱技术探索之路

按做药的标准生产保健酒，是劲牌公司的产品理念之一。如何实现按做药的标准生产保健酒呢？这要从劲牌公司开展中国劲酒指纹图谱的研究说起。

2002年，劲牌公司的主导产品中国劲酒的产品质量控制工作该如何开展？围绕这个问题公司技术系统展开了激烈的讨论，一方是围绕公司的产品质量标准来展开，开展中国劲酒中微量成分的质控方法与标准研究，如中国劲酒中淫羊藿苷的含量变化规律研究……另一方则是开展全面的质量控制研究，从整体上来全面开展中国劲酒的质量标准研究。最终，经过激烈的多轮讨论后，全面而整体的中国劲酒质量控制思路占据了上风，中国劲酒指纹图谱的研究项目由此诞生。

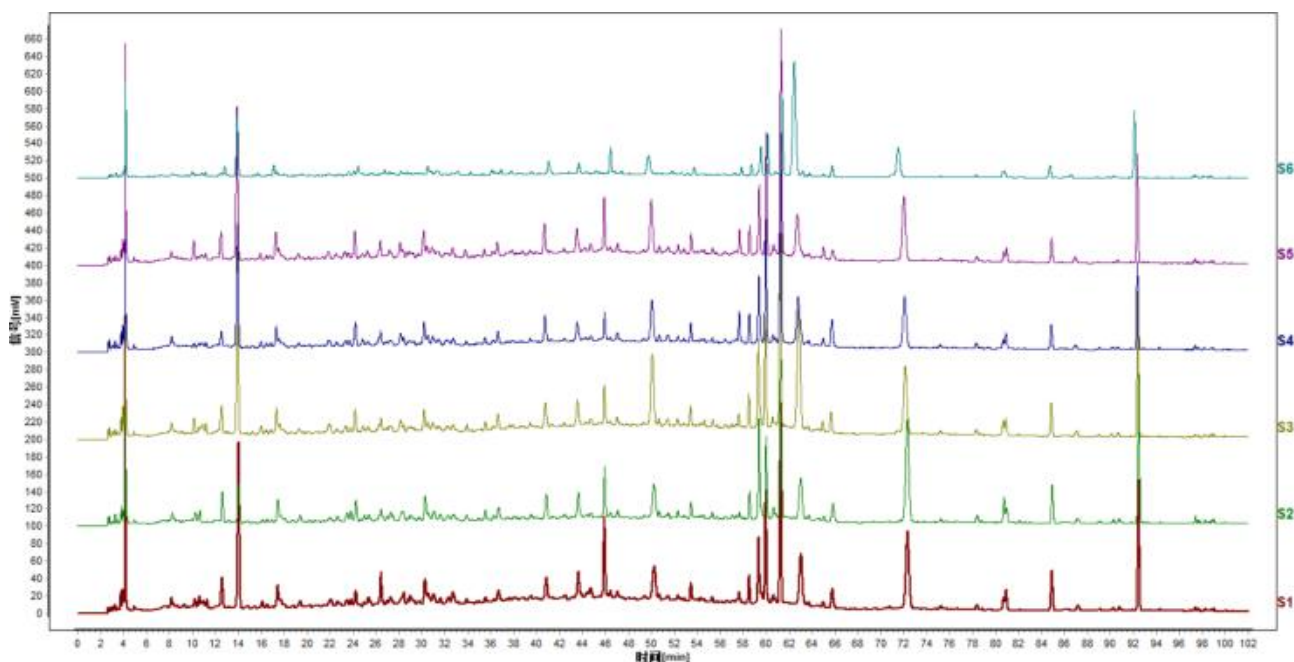
指纹图谱技术是从整体上来全面控制产品质量，相对于传统的控制单一指标成分含量的质量控制方法来说，具有全面、真实、整体的特点，这是公司决定开展指纹图谱技术研究保障中国劲酒质量的根本原因。

5.4.1 中国劲酒指纹图谱研究项目

中国劲酒现行的产品质量标准为企标，该标准除常规的露酒检测指标外，还增加了检测总黄酮、总皂苷、淫羊藿苷三个有效成份指标。原料药材质量评价指标均在药

典的基础上根据产品的功能特性增加制订了更为严格的评价指标。但作为一个中药复方保健酒，其保健功能作用机理及功能因子是复杂的，不可能通过控制几个指标来完全控制产品的质量。为了深度开发中国劲酒的品质内涵，科学全面地控制、提高中国劲酒的产品内在质量，提升产品的技术核心竞争力，实现产品技术与国际市场的接轨，为共同提升国内包括保健酒、保健食品在内的中药制品的质量控制技术平台起推动表率作用，劲牌公司于2003年6月立项开始“中国劲酒指纹图谱的研究”工作。

2003年9月，本项目列入黄石市科技计划项目（黄科技发计[2003]5号）。项目研究分阶段进行，2003年6月到2004年7月为项目实验室研究阶段，2004年8月到2005年8月为项目工厂应用研究阶段。本项目针对中国劲酒配方9味药材、一味辅料药材、中间体以及劲酒成品，按照中国药典委员会颁布的《中药注射剂指纹图谱实验研究技术指南（试行）》、《中药指纹图谱研究指导原则（讨论稿）》的要求，根据十味药材所含的化学成份的性质及其活功能活性，结合中国劲酒的生产工艺及产品风味特点，采用HPLC、GC相结合的方法进行系统地研究，建立了中国劲酒原料药材、中间品及成品的指纹图谱技术标准，并应用国家药典委员会推荐的计算机辅助相关性评价系统软件（中南大学中药现代化研究中心编制），分别综合评价了不同来源药材的相似度，确定了劲酒使用药材的来源和产地。并且通过对劲酒中间体和成品指纹图谱的研究，建立了对照指纹图谱。



同时应用成品指纹图谱技术比较研究了国内市场上不同品牌保健酒的指纹图谱。由于每味原料药材所含有的化学成分种类、同种成分含量的多少、不同化合物含量的比例会存在差异，将原料药材中含有的化学成分提取出来，采用现代分析技术手段，

如液相色谱仪、气相色谱仪、质谱仪、光谱仪等进行分析，得到的能够标识其化合物特征的图谱，我们称之为指纹图谱。就像人的指纹存在差异一样，每味原料药材的指纹图谱也存在差异，据此我们可以鉴别药材质量的优劣，从而从源头上筛选出优质的原料药材用于中国劲酒的产品生产，从源头确保产品品质。

根据中国劲酒指纹图谱研究的成果，公司制订了中国劲酒9个原料药材指纹图谱及中间品与成品的指纹图谱内控标准以指导中国劲酒生产的生产全过程。并依据指纹图谱的研究结果，确定了配方药材的产地（山药选定的是四大怀药的河南武陟县），在原料质量评价时，摒弃了过去仅凭感观及个别定量检测指标评价药材质量的模式。特别是一些药材传统质量等级质量与价格出现严重偏离不对称的情况得到了纠正。在生产过程中，一些工艺的改进通过运用指纹图谱技术来评价，结论往往变得很清晰。通过控制产品的原料质量、工艺过程，中国劲酒成品的质量得到了有效的保证。

5.4.2 中国劲酒指纹图谱的应用研究

在中国劲酒指纹图谱的研究项目成果投入应用后，公司对中国劲酒的生产工艺进行了升级，由原来的复方渗漉升级为数字提取工艺，中国劲酒指纹图谱检测方法与标准也需要同步优化与升级，为此公司成立了指纹图谱技术小组，开展了以下工作：

- **保健酒用原料药材指纹图谱分析方法与标准建立**

完成了保健酒用原料药材16味的指纹图谱分析方法与标准建立，用于公司购进原料药材的质量控制；

- **中国劲酒指纹图谱分析方法优化**

为了解决与北京大学合作开发的中国劲酒指纹图谱分析方法存在不宜操作、效率低的弊端，指纹图谱技术小组优化了中国劲酒指纹图谱分析方法，优化后的中国劲酒指纹图谱分析方法检测效率大幅度提升，由原来的8个样品/人*3天提升为16个样品/人/天，效率提升6倍。

- **中国劲酒半成品指纹图谱内控标准建立**

新建立13份提取液、中国劲酒半成品与成品指纹图谱方法与内控标准，应用与中国劲酒数字提取工艺的日常监控，保证产品质量稳定、均一。

现在，指纹图谱技术在保健酒的生产全过程中在原料品种选择、产地评价与确认、回货原辅料的质量监控、生产过程半成品的过程监控、产品出厂质量控制、工艺改进优化与升级等多个方面得到了全面应用，为新产品开发、工艺优化、质量监控提供技术支持与数据支撑，全面提升了保健酒技术水平与质量保证能力，确保消费者喝到的

每一瓶保健酒质量稳定、均一。

5.5 科学提取技术的研究之路

劲牌公司作为国内保健酒领军企业，劲牌产品之独特，在于中药材的有效使用，如何有效利用，就需要科学的提取研究。通过技术研究，将药材中的精华部分充分提取出来，为酒体提供高质量的提取物，确保产品的品质和价值。

如何将有效成分充分提取出来，是摆在劲牌公司技术人面前的一道难题。我们摒弃传统提取技术，面对质疑勇于前行，通过不断探索与创新，确立了劲牌数字提取技术，同时结合现代科技，建立近红外检在线检测并应用于劲酒单药提取，不断提升产品品质与质量，通过不断工艺改进和优化生产工艺，大幅度降低产品生产成本，为保健酒及健康白酒提供质优价廉提取产品。

5.5.1 劲酒单药提取工艺优化与升级

劲酒单药提取，由于控制指标较多，部分指标本身不稳定等，加上受原药材质量影响等多种不确定因素，提取液/浓缩液质量控制成为了一道难题，刚开始生产的时候，有效成分低于或超过标准上下限情况较多，严重制约了提取产能和产品质量，公司虽然是食品生产企业，但历来以按做药的标准生产保健酒这一准则严格要求自己，倒逼我们持续开展中国劲酒单药提取生产工艺优化和产品质量标准的升级研究工作，通过多年的探索研究并借助药品生产方面的经验，各项关键技术不断突破，先后建立了根据功效成分含量灵活控制药材使用量的“动态投料（调配）”机制、浓缩液中总黄酮、总皂苷、密度等理化指标的近红外快速检测模型、《八味单药浓缩液、浓配液生产管控体系》等，大幅度提高了生产和在线检测效率，有效提升了产品生产过程稳定；通过对八味单药药材标准不断修订升级、对生产过程取样点进行优化追踪、浓缩液与浓配液稳定性考察及相似度考察研究等，显著提升了产品的合格率，2018年至今，产品不合格率由24.73%逐步下降至当前的1.25%，实现产品制造过程的提质增效。2021年通过创新应用葛根双浓缩和肉苁蓉粉碎工艺，葛根素和大豆苷元的转移率分别提高到95.55%和89.60%，松果菊苷和毛蕊花糖苷提取率达93.57%，提升了24.82%；二是实行单味药材回收酒精专



制，规避少数单药回收酒精对产品指纹图谱的影响，细化质量管控要求，在保障产品质量的同时降低生产成本。

以上研究成果中，《劲牌中药保健酒原料提取工艺优化及过程控制技术》项目获得中国食品工业协会科学技术奖一等奖，《中药复方保健酒技术集成创新能力建设》项目获得湖北省科技进步奖二等奖，与中国食品发酵工业研究院等单位合作完成的《保健酒关键技术创新集成及产业化》项目通过中国酒业协会鉴定达到“国际领先”水平；等等，无一不是提取技术不断开拓创新的见证。

5.4.2 中国劲酒指纹图谱的应用研究

为了给健康白酒提供优质苦荞等提取物，苦荞提取物生产工艺先后经历3次升级，关键技术突破成果不断，批次生产周期缩短了71.4%，批次消耗的酒精量减少了40%，生产成本下降77%，生产效率显著提升，生产成本大幅降低，为公司健康白酒提供了质优价廉的提取物产品的同时也践行了公司低碳环保、节能减排理念；苦荞提取物生产工艺由卧螺离心机代替三足离心机进行苦荞浓缩液的离心，由带式真空干燥机代替烘箱，进一步优化了生产设备，大大提升了苦荞提取物的产能，进一步实现了苦荞提取的降本增效。

新技术在苦荞等健康白酒提取液生产中的创新性应用，为健康白酒保驾护航。先后完成苦荞提取液中总黄酮、芦丁近红外快速检测模型的建立、苦荞麦和苦荞提取物中水分、总黄酮和芦丁近红外快速检测模型的建立、创新应用苦荞浓缩新技术，节省苦荞提取物4大生产工序、创新枸杞子浓缩液应用，提高了苦荞酒系列酒体颜色稳定性，从源头降低了苦荞酒颜色变化幅度；开展苦荞浓缩液稳定性攻关，明确苦荞色度主要影响因子等，确保了酒体的质量和稳定。

5.5.3 养生一号酒用提取物开发

养生一号作为公司的高端保健酒，推出市场即获得了高度好评，主要原因是养生一号使用的药材质量高、具有稀缺性，且组方得当。为确保养生一号功效和酒体质量，在提取阶段研发人员做了大量工作，包括药材配伍禁忌研究、提取方式研究、功效成分精取研究、脱色去味保功能研究、等效性研究等等，不断收集和优化生产数据，制定严苛的产品质量标准，确保了产品的质量和功效。

5.5 不断优化的智能酿造新工艺

5.5.1 智能酿造新工艺研发历程

实验室研究阶段

完成了保健酒用原料药材16味的指纹图谱分析方法与标准建立，用于公司购进原料药材的质量控制。

中试验证阶段

2009年，原毛铺酒厂中试车间建成，2009年10月-2010年6月，开展新工艺中试阶段验证，形成新工艺机械化雏形，采用球锅蒸粮，机械链板输送，加曲机加曲，翻耙混匀，槽车发酵。

大试验证阶段

2010年，原毛铺酒厂一分厂大试车间建成，2010年6月-2011年6月，完成酿造新工艺大试阶段验证。大试阶段主要验证了球锅蒸粮在单锅蒸粮量达到1吨以上时的可行性，并对工艺参数和设备匹配性逐一完善。

应用阶段

2011年，枫林酒厂建成，同年7月酿造三车间开始投产，枫林酒厂的建成，标志着劲牌第一代酿酒新工艺成功应用，成功解决了传统白酒生产中产质量波动大、劳动强度大的问题，大幅提高了原酒产质量的可控性。2013年，经工信部评定，认定公司“固态法小曲白酒机械化酿造工艺”整体技术达到“国际领先水平”，同年获得中国轻工业联合会科技进步奖一等奖（待确认）。劲牌第一代酿酒新工艺有力推动了酿造自动化升级热潮，行业内多家酒企纷纷效仿开展酿造机械自动化攻关。



持续创新升级

自酿造三车间顺利投产，依次建成酿造二车间、酿造四车间、酿造五车间、酿造一车间，期间围绕不断提升产酒质量和产质量稳定性，开展了一系列工艺和装备攻关升级。2015年12月，第一台上甑机器人在酿造四车间成功运行，标志着劲牌第一代机械化酿造正式向自动化、智能化转型升级。2017年3月，建成糯高粱柔性化生产线，实现优质酿酒原料糯高粱在新工艺中的顺利生产，进

一步提升原酒产质量的同时，也为后续开展原料优选研究奠定坚实基础。2019年12月，完成熟粮水分、还原糖、糟醅酸度、发酵期等酿造关键工艺控制参数的最佳范围、控制方式系统摸索和固化；完成杂醇油产生机理及调控研究，建立了调控模型，实现原酒杂醇油含量接近大曲酒水平；完成自动接酒系统、移动式异型槽车桶（W型）、多段加曲机、物料打散机等装置开发。相关研究成果经中国轻工业联合会专家组评定，整体达到“国际领先水平”。2021年3月，完成酿造原料优选研究，确定了最适合公司原酒酿造的原料种类、品种，并建立了酿造应用标准，相关研究成果经中国轻工业联合会专家组评定，整体达到“国际领先水平”。



5.5.2 公司酿酒高粱品种的筛选

2017年4月，劲牌技术研发团队还在紧锣密鼓地开展一项酿酒原料攻关——筛选清香型酒酿造的最佳高粱品种。

高粱酿酒具有香正甘冽的特点，是目前公认最佳的白酒酿造原料。“然而此前，我们针对高粱品种、产地方面的相关研究几乎没有，产酒品质易受到回货高粱质量波动的影响。”为了保证产酒质量的不断提高，劲牌向技术研发团队下达了选定最适合公司清香型酒酿造的高粱品种的任务。

寻找最佳高粱品种的第一步，就是搜集全国范围内的高粱品种信息。据参与研究工作的技术人员回忆，当时翻开国内高粱品种信息名录时，大家都蒙了，145个高粱品种，如果逐一开展验证试验，需要花费至少十几年的时间，想在几年的项目周期内完成任务几乎不可能。

为了解决这一难题，公司酿造技术部研发团队自主研发建立原料酿酒性能数学评价模型，结合高粱成分和酿造经验，终于找到高粱酿造性质的共通性，从145个高粱品种中确定了全球44个适合酿酒高粱品种。然后准备联合公司采购部采购对应品种高粱开展下一步糯高粱品种筛选工作。

筛选工作初期，项目组对不同品种糯高粱进行大量检测和小试试验，结合高粱检测质量数据和小试试验结果，又从44个糯高粱品种中初筛出了16个品种进行中试酿造对比。

本以为选定了糯高粱品种范围，按计划开展中试试验，就能顺利得到我们想要的试

验结果。结果在高粱采购过程中发现，部分糯高粱品种在市场上基本买不到，因此只能采用分阶段验证法开展验证工作。第一阶段先将市场上能够采购到的高粱品种进行酿造试验，初步选出最佳的糯高粱品种；第二阶段联合采购部对市场上买不到的糯高粱品种进行针对性的种植采购，然后以第一阶段筛选的最佳糯高粱品种为对照完成所有糯高粱品种的筛选工作。具体筛选过程如下：

（一）2017年，开展两糯1号、红糯5号等五个糯高粱品种中试酿造试验，酒率方面，两糯1号高粱酒率最高，其次为兴湘梁2号，枣糯6号高粱最低；从色谱检测结果看，两糯1号与其它品种存在差异，主要表现在丙酸、异丁酸等有机酸和辛酸乙酯含量较高，乙醛含量最低，杂醇油含量虽较高，但未超出优级酒限量标准；品评结果为两糯1号高粱结果最佳。综合试验结果，2017年糯高粱筛选试验的五个糯高粱品种中，两糯1号酒质最好，且酒率较高，是2017年试验品种中的最佳品种，红糯13号次之，可做为备选品种；

（二）2018年，以两糯1号高粱为对照，开展了辽粘3号、红糯16号等4个新品种高粱中试酿造试验。酒率方面，辽粘3号酒率最高，其次为两糯1号，红糯16号与红茅6号酒率最低。酒质方面，较两糯1号高粱，辽杂19号产酒中正丙醇、乳酸乙酯、杂醇油含量分别显著性高81.26%、50.29%、28.88%；辽粘3号产酒中乳酸乙酯含量显著性高69.09%；红糯16号产酒中正丙醇、乳酸乙酯含量显著性高53.25%、51.97%；红茅6号产酒中正丙醇含量显著性高63.09%；总酸总酯含量上各新品种无显著差异，最优酒体品评评选中两糯1号排名第一，其次为红糯16号，辽粘3号最差。综合2018年糯高粱品种筛选试验结果，辽粘3号酒率最高，但口感较差，辽杂19号产酒中高级醇含量高，红糯16号酒率与其它品种无显著差异，酒质最好，是四个新品种中最佳，可作为除两糯1号外的备选品种。

（三）2019年，以两糯一号为对照品种，开展了辽粘6号、晋糯3号等5个新品种糯高粱酿造试验，同时对辽粘3号的出酒结果进行再验证。试验结果表明，2019年七个品种中红糯19号酒率最高，较同期两糯1号品种高2.1%；其次为辽粘6号、晋糯3号，平均酒率能达到62.5%左右。整体来看，2019年度中试品种酒率均较高，各品种平均酒率均能达到61%以上。数据分析结果显示，与两糯1号品种相比，辽粘6号、京都5号、红糯25号、红糯19号产酒中杂醇油含量显著性高12.22%、19.85%、26.85%、19.50%；此外，晋糯3号、辽粘3号、京都5号、红糯25号产酒中乙酸乙酯含量均非显著性低10-15%。总酸总酯上，两糯1号高粱显著高于其他品种。综合来看，京都5号、红

糯25号色谱指标表现较差，乙酸乙酯含量偏低，杂醇油含量偏高，各新品种总酸总酯含量均不及两糯1号高粱，新品种糯高粱色谱指标方面均劣于两糯1号，最优酒体评选中两糯1号品种获选率排名第一，其次为辽粘3号，综合2019年中试糯高粱酿造试验结果，2019年试验品种高粱产酒率均能达到61%以上，但与此同时产酒中杂醇油偏高、乙酸乙酯、总酸总酯含量偏低，色谱骨架成分及口感上均不如两糯1号品种，整体来看辽粘3号品种色谱指标及口感相对较好，可作为两糯1号外的备选品种。

（四）对美国糯高粱和国产糯高粱（两糯1号）进行对比酿造试验，结果表明，酒率方面美国糯高粱较国产糯高粱优势明显，平均酒率高达66.12%，较同期国产糯高粱高1.82个百分点，其中最高酒率能达到68.72%。酒质方面，产酒中色谱骨架成分方面，美国糯高粱与国产糯高粱相比，乙醛、甲醇、乙酸乙酯含量较国产糯高粱低63.08%、20.00%、12.09%，正丙醇、乳酸乙酯、杂醇油含量高26.80%、38.30%、26.14%。品评方面美国高粱部分批次原酒存在比较明显的油味，余味偏杂，整体上美国糯高粱酒质不如国产两糯一号高粱，在公司酿酒原料筛选结果以酒质为导向为主的条件下，美国糯高粱酿造不具备优势。

结合产酒色谱指标、口感和酒率结果，中试品种中两糯一号品种最佳，其产酒具有清香纯正、醇甜、干净的特点，同时色谱指标中杂醇油含量低、酸酯含量高，酒率能达到61%以上；此外，红糯13号、红糯16号、辽粘3号高粱品种产酒质量稍差于两糯一号，可作为两糯1号高粱品种外的备选品种。

最终历时三年，开展了上百轮酿造试验，并对不同品种高粱酿造出的原酒进行严格检测、多位白酒国家评委精心筛选，到2019年11月，最终顺利筛选出了这个1/145，找到公司清香型酒酿造的最佳高粱品种，为公司原酒品质提升奠定了坚实的基础。

技术委员会对项目完成情况及交付成果进行了认真审议，一致认为该项目里程碑完成情况符合要求，予以通过。

最终在大生产应用过程中进一步确认了两糯一号高粱品种优势点，支链淀粉占比高，蛋白质、脂肪、单宁、微量元素等营养成分含量均衡，可经发酵产生高级醇的亮氨酸、缬氨酸等成分含量较低，产酒具有酸酯含量高、高级醇含量低等优点，原酒感官清香纯正、酯香好、尾净。

学无涯而知也无涯，技术的道路既非坦途，也无终点。通过酿酒原料的研究和应用，劲牌优质原酒产率提高了25%以上，原酒本身缺陷性成分高级醇等物质的含量下降了30%以上，酿酒原料及应用研究也获得了中国轻工业联合会“国际领先”的成果

5.6 陈酿技术研发

公司开展陶缸陈酿技术研究以来，在陈酿技术方面不断取得的突破，已发表陈酿相关论文7篇，获得授权专利3项。

2022年，由劲牌研究院自主完成的论文《采用感官组学方法表征陈年小曲白酒的关键香气成分》在线发表于国际刊物《食品化学》(Food Chemistry, SCI影响因子7.514)。该研究成果首次发现了小曲清香型白酒表征陈酿风味的风味因子，其中葫芦巴内酯、香草醛、3-甲硫基丙醛被鉴定为陈酒的关键风味物质。该研究为模拟传统陶缸贮酒环境，指导陶缸陈酿香气的生成调控，提高小曲白酒风味品质具有重要的指导意义。

在陈酿机理方面，公司同样强调与国内外知名研究所开展合作研究，目前与江南大学合作并开展了陈酿白酒中黄色物质形成的机理研究。目前已经优化并建立了一种陈酿白酒中黄色呈色强度的快速精确分析方法。

公司高度重视白酒的陈酿工作，研制出了一种可以加速老熟，促进陈酿的方法。目前已经研发出一种促进白酒质量提升的催陈装置，可以加快贮存过程中白酒的老熟，有效缩短白酒陈酿的时间（专利号：CN212174927U）。

公司借鉴了西方蒸馏酒使用橡木桶陈酿的方法，创造性地将传统的中药木材制作成酒桶并应用到白酒的陈酿中，以提高基酒的品质。创造性地设计出了一种酿酒用杜仲木桶的制备方法，通过杜仲木桶陈酿的白酒，香味浓郁典型、金黄透亮、花蜜香、酒香协调，醇厚饱满、口感俱佳，同时具有非常高的保健功效和经济价值（专利号：CN113771161A）。

自2018年以来，劲牌公司提出十二字经营方针，明确要求做好原酒资源。作为原酒陈酿配套资源，劲牌产业园投建了24栋陶缸库，每一栋陶缸库的原酒储存容量为一万吨。充足的原酒陈酿资源，为劲牌产品品质提供了坚实的保障。目前公司在原酒、半成品、成品的陈酿过程中（不同陈酿容器、陈酿方式、陈酿时间、陈酿工艺）的健康功能成分、感官风味、安全指标、酒体损耗等方面均开展了一系列的研究。在酒行业中，公司的在陈酿技术的研究和应用领域形成了自己独特的核心优势。

5.7 国家级食品/药品认可实验室

5.7.1 食品认可实验室

为进一步提升公司产品检测实验室的技术能力、管理水平和服务质量，确保检测结

果的准确性、可靠性和一致性，2007年公司决定开展实验室认可工作。

根据国家实验室认可的相关要求，企业的实验室申请认可，实验室需要单独建立一套完整的实验室管理体系，包括制定质量目标和质量方针，建立质量体系文件包括：质量手册、程序文件、工作文件三个层次文件。劲牌公司检测中心从2007年初开始筹备实验室认可工作，同年10月向国家认可委提交认可申请书，通过一年多的努力于2008年9月28日获得国家实验室认可证书，从而成为保健酒行业中唯一一家拥有国家实验室的企业。据了解，当时全国酒类生产企业中只有贵州茅台和北京牛栏山通过了国家实验室认可，劲牌公司成为第三家获得认可的酒类企业，在保健酒行业则是第一家，也是唯一一家。

茅台酒厂和牛栏山酒厂通过的项目均为白酒产品项目，分别为21项和15项。而劲牌公司共申报了包括配制酒、白酒、纯净水、罐头、药材等13类产品，90个项目的认可，项目范围涵盖原材料、成品、农药残留、重金属、黄曲霉毒素等项目，相比认可项目技术含量更高。

分析测试研究中心实验室管理体系通过15年的运行，其中由于CNAS-CL01管理文件和组织架构的变化，先后对体系文件进行2次换版与修订，人员也从当初的36人发展现在的53人。实验室先后进行15次内部审核和15次管理评审工作，分别于2009年、2011年、2012年、2014年、2015年、2017年、2019年和2021年等8次的监督评审和复评审，检测能力范围也从最初的90个认可项目扩大至185项。检测中心通过对管理体系文件的修订与更新、人员不间断的培训、内部质量控制和能力验证等方面确保实验室检测技术和管理水平确保实验室得到持续的改进与提升。



5.7.2 药品认可实验室

为进一步提升药品检测实验室的技术能力、管理水平和服务质量，确保检测结果的准确性、可靠性和一致性，公司决定开展药品检测的实验室认可工作。同时，为了便于后期工作的开展，决定药品检测实验室单独申请实验室认可。

劲牌持正堂药业检验室于2018年9月完成实验室CNAS体系搭建、宣贯，并正式

进入试运行阶段，期间实验室累计开展内部质量控制活动28次，参加外部能力验证18次，均取得满意结果。2019年3月组织开展了实验室内审工作，2019年4月组织开展了实验室管理评审工作，均达到了预期目的。经过充分的筹备与评估，实验室在2019年12月14日-2019年12月15日接受了中国合格评定国家认可委员会专家组的现场评审，通过对实验室质量管理体系运行情况的符合性审核、认可项目的现场考核，评审组一致推荐劲牌持正堂药业检验室通过国家认可实验室，检测领域涵盖化学领域和微生物领域，12类检测对象，159项检测参数，并在2020年3月5日正式获得CNAS证书。



为了证实实验室在认可有效期内持续符合认可要求，并确保在认可规则和认可准则或技术能力发生变化后，能够及时采取有效措施以持续符合变化的要求，对于初认可的实验室，须开展一次监督评审，实验室于2021年3月27-28日接受中国合格评定国家认可委员会专家组第一次监督评审，已顺利通过并获得扩项认可，2021年6月16日实验室检测能力范围已扩项至178项。

根据认可规则要求，实验室应每两年开展一次复评审工作，由于疫情影响，经过与中国合格评定国家认可委员会沟通和协调，实验室在2022年3月5-2022年3月6日接受中国合格评定国家认可委员会专家组现场评审，本次评审为“复评审+扩项”评审，根据公司业务检测需求，本次评审扩项27项，删除6项，2022年4月28日实验室获认可能力增至199项。

5.7.3 实验室认可的价值与意义

实验室具备了按有关国际认可准则开展检测和（或）校准服务的技术能力；增强实验室的市场竞争能力、增强政府使用认证、检测和检验等合格评定结果的信心，减少做出相关决定的不确定性和行政许可中的技术评价环节，降低行政监管风险和成本。获得了与CNAS签署互认协议的国家与地区实验室认可机构的承认，有利于消除非关税贸易技术壁垒；参与国际间实验室认可双边、多边合作，促进工业技术、商贸的发展；可在认可的业务范围内使用“中国实验室国家认可”标志；列入《国家认可实验室名录》，提高实验室知名度；取得了占领检测和（或）校准市场的主动地位，获得更高的经济收益。

国家认可实验室是由“中国合格评定国家认可委员会”(简称国家认可委)审核、发证的。由于国家认可委和37个国家、49个经济实体签定了多边或双边互认的协议,因此国家认可实验室出具的检测报告可实行全球互认。简单的说就是“一张证书,全球互认”。这为劲牌公司将产品推向国际市场奠定了坚实的基础。

实验室通过CNAS认可,不仅可以向合作单位、客户证明自己的技术能力,增强其对实验室技术能力的信心、提高满意度,而且还可以实现实验室自我改进和自我完善,不断提高检测技术能力,以适应当下检测环境提出的新的要求。

5.8 重大科技研发成果情况

5.8.1 重大科技成果情况

1	公司与北京大学中医药现代研究中心合作研究的《中国劲酒指纹图谱研究》项目,于2005年9月通过湖北省科技厅鉴定达到“国际先进”水平
2	公司与中船重工703所合作实施的《劲牌中药保健酒原料提取工艺优化及过程控制技术》项目,于2009年11月通过湖北省科技厅鉴定达到“国际先进”水平
3	公司与江南大学合作实施的《小曲清香型白酒关键风味物质及质量评价方法研究》项目,于2009年11月通过湖北省科技厅鉴定达到“国际领先”水平
4	公司自主开发的《减少肝损伤的白酒研制》项目,于2010年12月通过湖北省科技厅鉴定达到“国际先进”水平
5	公司与江南大学合作完成的《劲酒清香小曲中群体微生物结构和功能微生物的应用研究》项目,于2012年10月通过中国轻工业联合会鉴定达到“国际领先水平”
6	公司与复旦大学附属华山医院中西医结合研究所合作完成的《中国劲酒补肾作用机理与应用》项目,于2013年8月通过湖北省科技厅鉴定达到“国际先进水平”
7	公司自主开发的《固态法小曲白酒机械化酿造工艺》项目于2013年11月份通过国家工信部鉴定达到“国际领先水平”

8	公司与中国食品发酵工业研究院等单位合作完成的《保健酒品质控制关键技术研究》项目，于2016年1月通过中国轻工业联合会鉴定达到“国际先进”水平
9	公司与中国食品发酵工业研究院等单位合作完成的《保健酒关键技术创新集成及产业化》项目，于2016年4月通过中国酒业协会鉴定达到“国际领先”水平
10	公司与北京工商大学合作完成的《基于风味组学技术解析毛铺苦荞酒关键风味成分及其控制指标研究》项目，于2019年5月通过湖北技术交易所鉴定达到“国际先进”水平
11	公司与江南大学合作完成的《基于风味靶向的原位微生物筛选及其在白酒生物智能酿造中的应用》项目，于2019年12月通过中国轻工业联合会鉴定“达到国际领先水平”
12	公司与比利时鲁汶大学、比利时弗兰德生物技术研究所合作完成的《降低杂醇提高乙酸乙酯优良酵母选育及在清香型白酒中的应用》项目，于2020年1月通过湖北技术交易所鉴定“达到国际领先水平”
13	公司与哈佛大学医学院布莱根妇女医院、大阪大学共同完成的“多通道调节评价毛铺苦荞酒中功能因子对酒精性肝损伤的保护作用及机制研究”项目，于2020年12月通过湖北技术交易所鉴定“达到国际领先水平”
14	公司与武汉奋进智能机器有限公司、中国食品发酵工业研究院有限公司联合完成的“小曲清香型白酒优质酿造原料研究及在自动化酿造中的创新应用”项目，于2021年3月通过中国轻工业联合会鉴定“达到国际领先水平”
15	公司自主开发的“基于感官组学的中国劲酒风味解析及其质量控制研究”项目，于2022年3月通过中国轻工业联合会鉴定“达到国际领先水平”
16	公司与哈佛大学医学院布莱根妇女医院、大阪大学共同完成的“毛铺苦荞酒及其草本活性成分多途径辅助减小肝损伤作用机制研究”项目，于2022年6月通过中国轻工业联合会鉴定“达到国际领先水平”
17	公司与中国药科大学共同完成的“中国劲酒缓解体力疲劳主效成分群研究及应用”项目，于2022年7月通过中国轻工业联合会鉴定“达到国际领先水平”

5.8.2 科技奖项汇总

截止2022年11月底，劲牌有限公司共获得国家、省部级行业科技进步奖19项。其中，国家科技进步二等奖1项；省级科技进步一等奖2项、二等奖3项、三等奖3项；行业科学技术特等奖1项、科学技术一等奖6项、科学技术二等奖2项、科技发明二等奖1项。此外，劲牌神农架酒业有限公司共获得行业科学技术一等奖1项、科学技术二等奖1项。

表1 劲牌有限公司科技奖项表

序号	获奖时间	获奖项目名称	奖项名称
1	2007年	中国劲酒指纹图谱的研究	2007年湖北省科学技术进步三等奖
2	2010年	劲牌中药保健酒原料提取工艺优化及过程控制技术	2010年湖北省科学技术进步三等奖
3	2011年	劲牌中药保健酒原料提取工艺优化及过程控制技术	2009-2010年度中国食品工业协会科学技术一等奖
4	2011年	小曲清香型白酒关键风味物质及质量评价方法研究	2011年湖北省科技进步三等奖
5	2013年	减小酒精性肝损伤功能因子的研究	2012年度中国酒业协会科学技术二等奖
6	2014年	中药复方保健酒技术集成创新能力建设	2014年湖北省科技进步二等奖
7	2015年	固态法小曲白酒机械化酿造工艺	2014年度中国酒业协会科学技术一等奖
8	2015年	基于活性成分中药质量控制新技术及在药材和红花注射液等中的应用	2015年国家科技进步二等奖
9	2016年	保健酒品质控制关键技术研究	2015年度中国酒业协会科学技术一等奖
10	2016年	基于“中药溶液环境”的膜分离技术集成及产业化应用	2015年江苏省科技进步二等奖
11	2016年	茯苓规范化种植基地优化升级及系列产品综合开发研究	2016年湖北省科技进步二等奖
12	2016年	保健酒现代制造关键技术及产业化	2016年湖北省科技进步一等奖
13	2017年	保健酒关键技术创新集成及产业化	2016年中国轻工业联合会科技进步一等奖
14	2017年	传统固态法白酒自动化酿造关键技术及产业化	2017年湖北省科技进步一等奖
15	2020年	固态法优质白酒品质提升关键技术研究与应用	2018-2019年中国食品工业协会科学技术特等奖

16	2021年	毛铺苦荞酒风味特征解析及其品质控制关键技术研究与应用	2020年度中国酒业协会科学技术进步一等奖
17	2021年	毛铺苦荞酒风味特征解析及其品质控制关键技术研究与应用	2020年度中国食品工业协会科学技术一等奖
18	2022年	优质清香型白酒现代化酿造关键技术研究及应用	2021年度中国酒业协会科学技术发明二等奖
19	2022年	中国劲酒功能成分析及其品质控制关键技术研究与应用	2022年度中国食品工业协会科学技术二等奖

表2 劲牌神农架酒业有限公司科技奖项表

序号	获奖时间	获奖项目名称	奖项名称
1	2019年	酱香型白酒四化酿造工艺	2018年度中国酒业协会科学技术进步二等奖
2	2021年	酱香型白酒四化酿造工艺研究	2020年度中国食品工业协会科学技术一等奖

5.8.3 产品奖项

截止2022年11月底，公司保健酒产品荣获5个国际奖项、7个国内奖项；健康白酒产品荣获4个国际奖项、22个国内奖项。

表3 劲牌有限公司产品奖项表

序号	获奖时间	保健酒产品	奖项名称
1	2016年	欢度酒	2015年度“青酌奖”酒类新品TOP10
2	2017年	中国劲酒	比利时布鲁塞尔国际烈酒大赛金奖
3	2017年	中国劲酒	美国旧金山世界烈酒大赛银奖
4	2017年	金标劲酒	“欢伯奖”2017年度保健酒最佳产品
5	2017年	和露酒（玫瑰花香型）	2016年度“青酌奖”酒类新品TOP10（果露酒类）
6	2018年	和露酒（沙棘香型）	2017年度“青酌奖”酒类新品TOP10（果露酒类）
7	2018年	中国劲酒	美国旧金山世界烈酒大赛金奖
8	2018年	中国劲酒	第九届虎啸奖“年度品牌大奖”和“案例类优秀奖”

9	2020年	劲酒·A1	2019年度“青酌奖”酒类新品（露酒）
10	2020年	劲牌欢度酒（28°）	2019年度“青酌奖”酒类新品（露酒）
11	2021年	金标劲酒	美国旧金山世界烈酒大赛双金奖
12	2021年	中国劲酒	美国旧金山世界烈酒大赛金奖
序号	获奖时间	健康白酒产品	奖项名称
1	2011年	52%vol劲牌毛铺老酒	2011年度湘鄂赣渝闽白酒质量检评优质产品
2	2011年	42%vol劲牌毛铺枫林小曲	2011年度湘鄂赣渝闽白酒质量检评优质产品
3	2014年	52%vol毛铺老酒	2014年度鄂湘赣闽渝桂白酒质量检评优质产品
4	2014年	42度毛铺苦荞酒	2014年鄂湘赣闽渝桂白酒质量检评金奖产品
5	2014年	42度毛铺苦荞酒	2014年度中国白酒国家评委感官质量奖
6	2015年	42%vol神农架松子酒	2015年湘赣闽贵渝鄂白酒质量检评金奖产品
7	2015年	50度毛铺纯谷酒	2015年湘赣闽贵渝鄂白酒质量检评金奖产品
8	2015年	42度毛铺苦荞酒	2015年湘赣闽贵渝鄂白酒质量检评金奖产品
9	2016年	42.8度毛铺苦荞酒	2015年度“青酌奖”酒类新品Top10（白酒类）
10	2017年	53度毛铺酒	2017年度中国白酒国家评委感官质量奖
11	2017年	毛铺纯谷酒40度%VOL清香	2017年度湖北白酒省评委感官质量奖
12	2018年	毛铺老酒年份酒（53%vol清香型）	2018年度湖北白酒感官质量奖
13	2018年	毛铺苦荞酒·紫荞	2017年度“青酌奖”酒类新品（果露酒类）
14	2018年	45度毛铺苦荞酒·紫荞	2018年度湘鄂赣渝闽贵滇粤白酒质量检评金奖
15	2018年	毛铺紫荞酒（45%vol兼香型）	2018年度中国白酒感官质量奖
16	2019年	毛铺老酒15年52%vol2004	2019年度布鲁塞尔金奖

16	2021年	毛铺苦荞酒风味特征解析及其品质控制关键技术研究与应用	2020年度中国酒业协会科学技术进步一等奖
17	2021年	毛铺苦荞酒风味特征解析及其品质控制关键技术研究与应用	2020年度中国食品工业协会科学技术一等奖
18	2022年	优质清香型白酒现代化酿造关键技术研究及应用	2021年度中国酒业协会科学技术发明二等奖
19	2022年	中国劲酒功能成分解析及其品质控制关键技术研究与应用	2022年度中国食品工业协会科学技术二等奖
17	2019年	42度半壶	2018年度“青酌奖”酒类新品（白酒类）
18	2019年	毛铺玉荞酒（48%vol荞香型）	2019年度中国白酒中南核心产区风格特色奖
19	2019年	48%vol毛铺苦荞酒·玉荞	2019年度湘鄂赣渝闽贵滇粤白酒质量检评金奖
20	2019年	毛铺紫荞酒45%vol2011	2019年度布鲁塞尔银奖
21	2019年	毛铺玉荞酒48%vol2013	2019年度布鲁塞尔大金奖
22	2020年	毛铺玉荞酒（52%vol兼香型）	2020年度中国白酒酒体设计奖
23	2021年	毛铺玉荞酒	2020年度“青酌奖”酒类新品（果露酒类）
24	2021年	毛铺玉荞酒（48%vol荞香型）	美国旧金山世界烈酒大赛双金奖
25	2022年	52%vol毛铺草本年份酒12年	2021年度“青酌奖”酒类新品（露酒类）
26	2022年	52%vol毛铺草本年份酒12年	2022年湘鄂赣渝桂闽滇粤白酒质量检评金奖产品

5.8.4 承担科研项目情况

表4 承担国家及省部级科技项目情况表

序号	类别	项目名称	时间
1	国家农业科技成果转化资金	劲酒产品质量与安全控制技术的中试与示范	2009年
2	湖北省研究与开发计划	蕲春艾叶道地药材的GAP关键技术研究及产品开发	2010年
3	国家863计划课题	微生态免疫调节的功能医学循证与重点保健食品研发	2010年
4	国家十二五科技支撑计划	茯苓规范化种植基地优化升级及系列产品综合开发研究	2011年

5	湖北省自然科学基金项目	复方中药保健食品的抗氧化活性研究及中药组方优化模型的建立	2011年
6	湖北省研究与开发计划	中药材淫羊藿GAP种植关键技术的研究	2011年
7	湖北省生物产业专项	现代中药生物提取技术研究及产业化	2011年
8	国家863计划课题	化学品生物转化过程与装备	2012年
9	湖北省重大科技创新计划	中药功效成分提取分离技术的研究及中药保健食品产业化	2013年
10	湖北省技术创新专项重大项目	湖北省优势中药材颗粒制剂关键技术开发及应用研究	2016年
11	国家重点研发计划中医药现代化研究专项	茯苓全产业链标准体系构建及产品研发	2017年
12	国家重点研发计划中医药现代化研究专项	中药肉苁蓉大品种开发与产业化	2017年
13	湖北省技术创新专项重大项目	湖北省黄连等中药大品种标准汤剂及配方颗粒开发与 应用研究	2018年
14	湖北省揭榜制科技项目	经典名方保元汤的开发与应用研究	2019年
15	湖北省技术创新专项重大项目	面向酿酒工艺流程的机器人智能作业系统	2019年
16	湖北省自然科学基金	基于“肾阳虚”大鼠模型垂体-肾上腺轴、垂体-甲状腺轴调节机制的淫羊藿“温肾壮阳”研究	2019年
17	国家工信部	2019年产业技术基础公共服务平台项目-中药材供应保障公共服务平台	2019年
18	湖北省重点研发计划项目	传统白酒酿造现代化生产核心功能微生物菌群开发关键技术与应用	2020年
19	湖北省重点研发计划项目	清肺达原颗粒治疗流行性感 冒（热毒袭肺证）临床研究	2020年
20	湖北省重点研发计划项目	基于湖北道地药材的现代中药创制技术提升	2020年
21	湖北省重点研发计划项目	湖北中药质控标准物质研制及技术平台建立	2020年
22	湖北省中央引导地方科技发展专项	中药配方颗粒制备及生物活性技术研究	2020年
23	光谷科创大走廊专项	清肺达原颗粒新药临床前研究	2021年
24	湖北省自然科学基金	中国酿造小曲微生物多样性和群落组成研究	2022年

表5 承担市级科技项目情况表

序号	类别	项目名称	时间
1	黄石市重点研发计划	中药材黄芪的综合利用及色谱分离技术的应用	2012年
2	黄石市技术转移计划	高通量多谱融合农药残留快速检测技术的开发	2013年
3	黄石市重点研发计划	玛咖提取分离关键技术的研究及系列保健食品开发	2013年
4	黄石市重大科技专项	苦荞麦的深加工及副产物综合利用技术与开发	2014年
5	黄石市重大技术研发计划	绛糖宁等系列颗粒制剂产业化	2017年
6	黄石市重大技术研发计划	中药复方保健食品物质基础与产品功能优化应用研究	2017年

5.8.5 承担国家、行业标准制定情况

- 国家标准《小曲固态法白酒》GB/T26762-2011，劲牌有限公司，杨强，刘源才；
- 国家标准《白酒分析方法》GB/T 10345-2022，劲牌有限公司，陈彦和；
- 国家标准《白酒质量要求 第2部分：清香型白酒》GB/T 10781.2-2022，劲牌有限公司，杨强；
- 国家标准计划《配制酒和露酒质量要求》劲牌有限公司，杨强，刘源才，王喆；
- 团体标准《保健酒》T/CBJ5102-2019，劲牌有限公司，刘源才，陈丽，刘胜华；
- 团体标准《保健酒生产卫生规范》T/CBJ5103-2019，劲牌有限公司，刘源才，樊少静，于海宾，
- 团体标准《荞香酒》T/CNFIA 123-2020，劲牌有限公司，刘源才，杨强，童国强；

5.9 专业学术论文发表情况

序号	论文名称	论文作者-公司方面	期刊名称	SCI 指数	期号	完成方式
1	《大豆诱导植保素甘醇磷脂 I 对芽殖酵母寿命延长的刺激作用》	冯声宝、刘源才	Molecules	3.060	Molecules 2014, 19, 568-580	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
2	《榴莲种子中的次生代谢产物：低聚原花青素》	冯声宝、刘源才	Molecules	3.060	Molecules 2013, 18, 14172-14185	新加坡国立大学、劲牌有限公司等

1	《大豆诱导植保素甘醇磷脂I对芽殖酵母寿命延长的刺激作用》	冯声宝、刘源才	Molecules	3.060	Molecules 2014, 19, 568-580	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
2	《榴莲种子中的次生代谢产物:低聚原花青素》	冯声宝、刘源才	Molecules	3.060	Molecules 2013, 18, 14172-14185	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
3	《发芽显著增加鹰嘴豆种子异黄酮含量和多样性》	冯声宝、刘源才	Journal of Agricultural and Food Chemistry	2.906	2012, 60, 8606-8615.	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
4	《玫瑰淀粉水解酶抑制剂》	冯声宝、刘源才、赖富丽、熊瑜	Singapore institute of food science and technology technical articles		December 2012 / January 2013	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
5	《首乌藤中的淀粉酶抑制剂—原花青素的特性》	冯声宝、刘源才、左刚、赖富丽	Molecules	3.060	2013, 18, 2255-2265	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
6	《酚类化合物二糖苷A抑制酶促淀粉消化的机理研究》	冯声宝、刘源才、赖富丽	Food Research International	3.579	Volume 54, Issue 1, November 2013, Pages 595-600	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
7	《常用中药的降血糖活性》	冯声宝、刘源才、左刚、赖富丽	The American Journal of Chinese medicine	3.510	2013, Vol. 41, 849 - 864	新加坡国立大学、劲牌有限公司等
8	《淫羊藿苷改善老年大鼠认知缺陷并激活静止神经干细胞》	单义民	Journal of Ethnopharmacology	3.414	Volume 142, Issue 3, 1 August 2012, Pages 746-753	复旦大学中西医结合研究所, 劲牌有限公司
9	《根据药材抗氧化能力调整组方能够增强药酒的功效》	刘源才、陈默思、王磊、陆世广、刘胜华、殷涛、单义民	Journal of Food Engineering and Technology	3.625	2018, 7	美国哈佛医学院 布里根妇女医院、劲牌有限公司等

序号	论文名称	论文作者-公司方面	期刊名称	SCI 指数	期号	完成方式
10	《从历史和中国的视野来看宿醉对健康的影响》	刘源才、陈默思	Drug Science, Policy and Law	无	2020; Volume 6: 1-5.	英国帝国理工大学, 劲牌有限公司
11	《刺五加苷E在药酒中的抗炎镇痛作用》	刘源才、杨跃军、陈默思、王喆、陈彦和、张亚方、单义民、俞斌	Journal of Biological Regulators and Homeostatic Agents	1.539	Vol. 33, no. 6, 2019	自主完成
12	《苦荞麦提取物协同乙醇媒介在比格犬体内的药代动力学和新代谢产物鉴定》	刘源才、徐剑、巫岳、杨跃军	Pharmaceutics	6.321	Published: 12 October 2019, Pharmaceutics 2019, 11, 525	华中科技大学、劲牌有限公司
13	《中国最受欢迎的饮料酒之一——中国劲酒成分分析及对nrf2的激活作用》	徐剑、陈默思、王道清、杨跃军、刘源才	Beverages	ESCI	Beverages 2020, 6, 1	夏威夷大学、劲牌有限公司
14	《果汁、葡萄酒、咖啡和可可中的天然Nrf2激活剂》	徐剑、杨跃军、刘源才	Beverages	ESCI	Beverages 2020, 6, 68	夏威夷大学、劲牌有限公司
16	《青稞β-葡聚糖的纯化、初步结构表征及对消化酶的体外抑制作用》	巫岳、石万银、陈志元、江丹、胡辉、徐剑、杨跃军、刘源才	Advances in Polymer Technology	2.389	Advances in Polymer Technology, 2020, 7, 1	上海中医药大学, 劲牌有限公司
17	《板栗壳中一种新的酚类化合物及其通过抑制NF-κB途径抑制肝细胞增殖和炎症作用》	徐剑、巫岳、杨跃军、刘源才	International Journal of Molecular Sciences	5.923	Int. J. Mol. Sci. 2019, 20, 466	上海中医药大学, 劲牌有限公司
18	《通过C/N比和微生物相互作用的联合效应模拟和调节高级醇生产》	刘源才、杨强、陈申习、唐洁	Journal of Agricultural and Food Chemistry	5.279	J. Agric. Food Chem. 2019, 67, 38, 10694-10701	江南大学, 劲牌有限公司
19	《传统和新工艺小曲白酒发酵过程中微生物群落及高级醇形成的研究》	杨强	Food Research International	6.475	Food Research International 2021, 140, 109876	华中农业大学、劲牌有限公司

20	《传统曲和纯种曲酿造过程中微生物区系比较及表征》	杨强、刘源才	Journal of the Institute of Brewing	1.759	https://doi.org/10.1002/jib.597	华中农业大学、劲牌有限公司
21	《清香型小曲白酒低产高级醇新型酿酒酵母杂交种选育》	陈申习、朱丽萍、杨强、刘源才	Journal of the American Society of Brewing Chemists	2.062		劲牌有限公司、鲁汶大学、比利时弗拉芒生物技术研究所
22	《超长发酵时间对机械化酿造的清香型小曲白酒微生物群落及风味成分的影响》	唐洁、刘源才、林斌、朱浩、江威、杨强、陈申习	World Journal of Microbiology and Biotechnology	3.312	World J Microbiol Biotechnol 38, 3 (2022)	自主完成
23	《小曲微生物群落与清香型小曲白酒中挥发物关系表征》	王喆、宿智新、杨强、刘源才、林斌、陈申习	Food Science and Technology Research	0.668	Food Science and Technology Research, 26 (6), 749-758, 2020	自主完成
24	《褪黑素及其前体N-乙酰血清素在靶向脑损伤和肝损伤以及维持骨骼健康方面的多重保护作用及分子机制》	杨强、刘源才	Free Radical Biology & Medicine	5.657	2019, 130, 215-233	美国哈佛医学院 布里根妇女医院、劲牌有限公司
25	《通过感官导向风味分析表征苦荞中的关键风味化合物》	童国强、杨强、刘源才	Journal of Agricultural and Food Chemistry	5.279	2021, 69, 38, 11361-11371	北京工商大学、劲牌有限公司
26	《苦荞提取物通过抑制氧化应激和线粒体细胞凋亡途径减轻酒精引起的急性和慢性肝损伤》	杨强、刘源才、石姣、童国强	American Journal of Translational Research	3.375	2020; 12 (1): 70-89	美国哈佛医学院 布里根妇女医院、劲牌有限公司
27	《毛铺苦荞酒中主要香气物质及苦荞提取物对其风味影响的研究》	易翔、杨强、刘源才	LWT - Food Science and Technology	4.952	Volume 154, 15 January 2022, 112650	北京工商大学、劲牌有限公司
28	《苦荞中的槲皮素诱导自噬抑制蛋白质聚集》	杨强、刘源才、童国强、陆世广	Antioxidants	5.014	2021 Jul 29; 10(8): 1217	日本大阪大学、劲牌有限公司

序号	论文名称	论文作者-公司方面	期刊名称	SCI 指数	期号	完成方式
29	《陈年小曲白酒关键香气成分的感官组学表征》	孙细珍、钱全全、熊亚青、解倩倩、乐细选、刘家欢、魏淑霞、杨强	Food Chemistry	7.514		自主完成
30	《通过定量测量、香气重组和缺失实验对中国劲酒中关键香气化合物进行表征》	孙细珍、杜佳炜、熊亚青、曹倩雯、张帆、李红君、王喆、刘源才	Food Chemistry	7.514	Volume 352, 1 August 2021, 129450	自主完成
31	《小曲酒关键香气成分的表征及其对感官风味的贡献》	王喆、孙细珍、刘源才	beverages	0.8(citescore)	Beverages 2020, 6, 42	华中农业大学、劲牌有限公司
32	《中国蕲春艾叶精油的制备及其抑菌作用研究》	胡辉、李清安、陈申习、刘源才、龚华梦、靳步昆	ASTFE 2020		E3S Web of Conferences 189, 02016 (2020)	劲牌持正堂药业有限公司
33	《超高效液相色谱-三重四极杆质谱联用 (UHPLC-QQQ-MSMS) 同时测定中草药酒中的生物活性成分》	王喆、杨闻、刘源才	Chinese Medicine	影响因子 4.472	Volume 16, Issue 1. 2021	澳门大学; 成都中医药大学; 劲牌有限公司
34	《利用MZmine 2数据处理工具箱快速发现中草药产品 (以劲酒为例) 中可追溯化学标记物的一种策略研究》	刘源才、陈彦和、魏朝丹	Chinese Herbal Medicines	ESCI	2021, 13 (03)	中国药科大学, 劲牌有限公司
35	《清香型小曲白酒酿造过程中微生物的演替及其对关键香气成分的影响》	林斌、唐洁、杨强、宿智新、朱丽萍、江威、张龙、刘源才、陈申习	World Journal of Microbiology and Biotechnology	影响因子 4.253	(2022) 38:166	自主完成
36	《“绿衣”土曲微生物群落研究及其强化自身红曲霉对清香型白酒品质的影响》	朱丽萍、李澜奇、杨强、陈亮、张磊、章刚、林斌、唐洁、陈申习	Frontiers in	6.064	2022, 13, 1-4	劲牌有限公司、湖北师范大学
37	《黄芪免疫调节活性背后的化学》	徐剑、杨跃军、刘源才	Chinese Medicine and Culture	ESCI	2021, 4(4), 201-210	美国夏威夷大学、劲牌有限公司

38	《清香型白酒β-大马酮产生菌的筛选及其产量优化》	唐洁、林斌、江威、李群、朱丽萍、章刚、陈前锦、杨强、杨生智、陈申习	Frontiers in	6.064	2022.11.29	自主完成
39	《基于气味活性值和多变量分析的中国传统和现代小曲酒（白酒）有效香气的比较》	唐洁、陈申习、刘源才、杨强	foods	5.561	2021,10,2392	江南大学，劲牌有限公司
40	《一种中药植物提取物预防酒精性骨质疏松》	周慧、王喆、陆世广、童国强、单义民、刘源才	Frontiers in	5.81	15 December 2021 doi: 10.3389/fphar.2021.754088.	美国哈佛大学、劲牌有限公司

5.10 技术专利登记情况

附一：劲牌公司近十年发明专利一览表

序号	专利号	标题	申请日	授权日	专利类型
1	ZL202111332086.4	一种具有降糖活性的复合提取物制备方法及应用	2021-11-11	2022-10-28	发明专利
2	ZL202110785488.3	一种低甲醇固态发酵藜麦酒酿造工艺	2021-07-12	2022-10-28	发明专利
3	ZL202010310583.3	一种茯苓配方颗粒的制备方法	2020-04-20	2022-09-30	发明专利
4	ZL202011050292.1	一种姜厚朴配方颗粒质量控制方法	2020-09-29	2022-09-30	发明专利
5	ZL202010563681.8	一种脱除提取物中邻苯二甲酸酯类塑化剂的方法	2020-06-18	2022-09-02	发明专利
6	ZL202010778943.2	一种从蒿属植物中提取白坚木皮醇的方法	2020-08-05	2022-08-26	发明专利
7	ZL202110752417.3	一种改善配制酒颜色稳定性的方法	2021-07-02	2022-08-16	发明专利
8	ZL202110511529.X	一种中高温大曲不翻曲制曲方法	2021-05-11	2022-08-05	发明专利
9	ZL202110548746.6	一种高纯度龙胆苦苷的制备方法	2021-05-20	2022-08-02	发明专利
10	ZL202010752975.5	一种新型异戊烯基黄酮类化合物及其制备方法和应用	2020-07-29	2022-08-02	发明专利
11	ZL202110512573.2	一种基于PRE-HPLC从党参中制备党参炔苷、苍术内酯III和紫丁香苷的方法	2021-05-11	2022-07-08	发明专利

序号	专利号	标题	申请日	授权日	专利类型
12	ZL202111054637.5	一种酿酒用杜仲木桶的制备方法及应用工艺	2021-09-09	2022-05-17	发明专利
13	ZL202110525933.2	低产正丙醇马克斯克鲁维酵母及其在清香型小曲白酒中的应用	2021-05-14	2022-05-17	发明专利
14	ZL202110544937.5	一种以水为提取溶剂提取蒿属植物中白坚木皮醇的方法	2021-05-19	2022-05-17	发明专利
15	ZL201910771132.7	药物组合物的制备方法及其HPLC指纹图谱建立方法	2019-08-21	2022-04-29	发明专利
16	ZL202011090994.2	一种野菊花药材及配方颗粒薄层色谱的鉴别方法及应用	2020-10-13	2022-04-19	发明专利
17	ZL202110684343.4	一种减少酒精依赖性露酒及其制备方法	2021-06-21	2022-04-05	发明专利
18	ZL201910825755.8	一种保健酒中多成分的高通量检测方法	2019-09-13	2022-04-05	发明专利
19	ZL202110641355.9	白酒酿造蒸馏过程中在线酒度检测分级的方法及装置	2021-06-09	2022-03-25	发明专利
20	ZL202010519069.0	一株低产杂醇油的酿酒酵母及其应用	2020-06-09	2022-02-18	发明专利
21	ZL201810901351.8	一种桑叶提取物及其制备方法、应用与保健酒	2018-08-09	2022-02-18	发明专利
22	ZL201910772761.1	一种完带汤指纹图谱建立方法及完带汤质量控制方法	2019-08-21	2021-08-17	发明专利
23	ZL202010564543.1	一种苦荞提取物的鉴别方法	2020-06-19	2021-07-20	发明专利
24	ZL202010268754.0	一种固态小曲白酒常减压蒸馏方法	2020-04-08	2021-07-20	发明专利
25	ZL202010331008.1	一种保健酒指纹图谱的检测方法	2020-04-24	2021-06-22	发明专利
26	ZL201810588192.0	一种化合物、其制备方法及应用	2018-06-08	2021-06-08	发明专利
27	ZL201810897447.1	一种醇溶性 β -葡聚糖提取物及其制备方法、应用与保健酒	2018-08-08	2021-06-08	发明专利
28	ZL201810450435.4	高产乙酸乙酯酵母及其在机械化清香型小曲白酒中的应用	2018-05-11	2021-05-25	发明专利
29	ZL202010554019.6	一种酒体冷稳定性分析设备及分析方法	2020-06-17	2021-05-18	发明专利

30	ZL202010306970. X	一种检测保健酒中有效成分含量的方法	2020-04-17	2021-04-06	发明专利
31	ZL201910509745. 3	一种制备黄芪甲苷的方法	2019-06-12	2021-03-30	发明专利
32	ZL202010323238. 3	一种酿酒高粱蒸煮性能的评价方法及其应用	2020-04-22	2021-03-23	发明专利
33	ZL202010393600. 4	一种治疗新型冠状病毒肺炎的组合物、制剂及其应用	2020-05-11	2021-03-05	发明专利
34	ZL201811260244. 8	一种脱除提取物中塑化剂的方法	2018-10-26	2020-12-22	发明专利
35	ZL201710155443. 1	一种降低冬虫夏草中砷含量的方法	2017-03-16	2020-12-11	发明专利
36	ZL201910506455. 3	肉苁蓉中松果菊苷和毛蕊花糖苷的提取方法	2019-06-12	2020-11-13	发明专利
37	ZL201710308864. 3	低产杂醇油酵母及其在机械化生产小曲原酒中的应用	2017-05-04	2020-07-28	发明专利
38	ZL201710364580. 6	一种以糯高粱为原料生产小曲白酒的机械化酿造工艺及其摊凉下曲装置	2017-05-22	2020-06-30	发明专利
39	ZL201710306339. 8	一种冬虫夏草的乙醇冷冻灭菌方法及其应用	2017-05-04	2019-11-19	发明专利
40	ZL201610350733. 7	一种利用砂仁提取砂仁挥发油、砂仁黄酮及砂仁多糖的方法	2016-05-25	2019-10-25	发明专利
41	ZL201610211450. 4	一种具有辅助降血糖功效的低分子量青稞 β -葡聚糖的制备方法	2016-04-07	2019-01-11	发明专利
42	ZL201510105925. 7	冬虫夏草复方含片及其制备方法	2015-03-11	2018-05-01	发明专利
43	ZL201610391997. 7	一种阳离子树脂再生剂及其再生阳离子树脂的方法	2016-06-06	2018-01-30	发明专利
44	ZL201510298227. 3	一种抗氧化、润肠通便、增强免疫力的红酒及制备方法	2015-06-03	2017-07-28	发明专利
45	ZL201510143849. 9	一种祛风湿、增强免疫力的保健酒及制备方法	2015-03-31	2017-03-08	发明专利
46	ZL201510197055. 0	一种从五味子提取液中纯化五味子醇甲及五味子乙素的方法	2015-04-24	2016-07-06	发明专利
47	ZL201410354754. 7	从苦荞麦中提取纯化苦荞黄酮的工艺方法	2014-07-24	2016-06-01	发明专利
48	ZL201410291479. 9	一种水果蔬菜中农药残留的质谱快速分析方法	2014-06-26	2016-06-01	发明专利

序号	专利号	标题	申请日	授权日	专利类型
49	ZL201410255847.4	一种具有解酒功效的中药材及活性因子的高通量筛选方法	2014-06-11	2016-03-09	发明专利
50	ZL201410202386.4	一种替代配制酒中焦糖色素的复合天然色素溶液	2014-05-14	2015-09-23	发明专利
51	ZL201410212875.8	一种具有抗疲劳功能的白酒及其生产方法	2014-05-20	2015-07-15	发明专利
52	ZL201310543108.0	一种制备砂仁挥发油的方法	2013-11-06	2015-04-22	发明专利
53	ZL201310543107.6	一种分级制备黄芪提取物的方法	2013-11-06	2015-04-22	发明专利
54	ZL201310523259.X	玛咖提取物的制备方法	2013-10-30	2015-03-18	发明专利
55	ZL201310497909.8	低产杂醇油酵母及其在降低小曲原酒杂醇油含量中的应用	2013-10-22	2014-10-29	发明专利
56	ZL201210559446.9	一种具有降血脂功能苦荞酒的制备方法	2012-12-21	2014-01-01	发明专利
57	ZL201110050291.1	异型瓶无压力输送方法及装置	2011-03-03	2013-04-17	发明专利
58	ZL200910272173.8	一种中药保健酒及其生产工艺	2009-09-18	2012-11-21	发明专利
59	ZL200910272174.2	应用膜技术从丹参提取液中分离纯化有效成分的方法	2009-09-18	2012-11-21	发明专利
60	ZL201110322627.5	产酯酵母及用该酵母生产小曲清香型调味酒的方法和应用	2011-10-21	2012-11-21	发明专利
61	ZL200910272175.7	利用膜分离法分离中药仙茅有效成分的方法	2009-09-18	2012-07-25	发明专利
62	ZL201110027723.7	机械化酿制白酒的工艺方法及其专用设备	2011-01-26	2012-07-11	发明专利
63	ZL200910272171.9	从党参中提取分离党参炔苷的方法	2009-09-18	2012-06-13	发明专利
64	ZL201110043649.8	伺服自动顺序理瓶机	2011-02-24	2012-05-16	发明专利
65	ZL200910060580.2	菟丝子提取液膜分离工艺	2009-01-16	2012-01-04	发明专利
66	ZL200910272172.3	生地提取液膜处理工艺	2009-09-18	2012-01-04	发明专利
67	ZL201010196987.0	抗酒精性肝损伤的护肝白酒及其生产工艺	2010-05-28	2012-01-04	发明专利
68	ZL200910060581.7	一种制备黄芪甲苷的生产方法	2009-01-16	2012-01-04	发明专利

附二：劲牌公司近十年实用新型专利一览表

序号	专利号	标题	申请日	授权日	专利类型
1	ZL202220858618.1	一种易组装多功能中试实验渗漉装置	2022-04-14	2022-08-23	实用新型
2	ZL202123339840.5	一种便携式白酒酒体设计专用计算器	2021-12-28	2022-07-05	实用新型
3	ZL202122021241.2	一种不锈钢网带输送机	2021-08-25	2022-03-22	实用新型
4	ZL202122026018.7	一种提高小曲白酒蒸粮、摊粮均匀性工艺的装置	2021-08-25	2022-03-22	实用新型
5	ZL202121583459.0	一种新型白酒酿造加曲装置	2021-07-13	2022-02-08	实用新型
6	ZL202121743509.7	一种自动化捏曲设备	2021/7/29	2022-02-18	实用新型
7	ZL202121328512.2	一种可提升坛储白酒品质的陶坛封口装置	2021/6/15	2022-02-18	实用新型
8	ZL202121327460.7	一种用于酿造环节添加大、小曲专用设备	2021/6/15	2022-02-18	实用新型
9	ZL202121327666.X	一种用于酿造输送设备的在线清洗装置	2021/6/15	2022-02-18	实用新型
10	ZL202121580335.7	一种多效挥发油收集分离装置	2021/7/13	2022-02-18	实用新型
11	ZL202021849246.3	一种中药材生产用正压润药提取装置	2020-08-28	2021-05-11	实用新型
12	ZL202020707746.7	一种酿造复合型小曲酒的培菌糖化系统	2020-04-30	2021-04-06	实用新型
13	ZL202020193975.1	全自动双通道伺服顺序分道机	2020-02-21	2021-02-05	实用新型
14	ZL202020604678.1	白酒酿造系统	2020-04-21	2021-01-05	实用新型
15	ZL202020585938.5	恒温泡粮装置	2020-04-17	2021-01-01	实用新型
16	ZL202020560131.6	一种促进白酒质量提升的催陈装置	2020-04-15	2020-12-18	实用新型
12	ZL202020707746.7	一种酿造复合型小曲酒的培菌糖化系统	2020-04-30	2021-04-06	实用新型
17	ZL202020606691.0	白酒酿造降温系统	2020-04-21	2020-12-01	实用新型
18	ZL201921360123.0	物料提取系统	2019-08-21	2020-07-14	实用新型
19	ZL201921419198.1	一种机械化白酒酿造吊酒工序上甑机器人防漏料装置	2019-08-29	2020-06-05	实用新型

序号	专利号	标题	申请日	授权日	专利类型
20	ZL201921448833.9	一种自动控温熬糖装置	2019-09-03	2020-05-12	实用新型
21	ZL201921419255.6	一种高温加曲装置	2019-08-29	2020-05-12	实用新型
22	ZL201921449102.6	一种自动打开包装盒盖的装置	2019-09-03	2020-05-12	实用新型
23	ZL201920674844.2	一种粮水混合输送装置	2019-05-13	2020-04-24	实用新型
24	ZL201920674893.6	一种蒸锅密封强排装置	2019-05-13	2020-03-13	实用新型
25	ZL201920674895.5	一种排气净化装置	2019-05-13	2020-03-13	实用新型
26	ZL201920674845.7	一种白酒酿造用酒甑的排气装置	2019-05-13	2020-03-13	实用新型
27	ZL201821541168.3	一种保健白酒的高效节能连续冷冻过滤系统	2018-09-20	2019-05-14	实用新型
28	ZL201721384422.9	动物行为监控装置及动物行为监控系统	2017-10-23	2018-05-18	实用新型
29	ZL201720519812.6	一种可在线自动排空双联过滤器的提取罐	2017-05-11	2018-01-02	实用新型
30	ZL201720519813.0	一种可在线清洗双联过滤器的提取罐	2017-05-11	2018-01-02	实用新型
31	ZL201620424296.4	单防塑料盖拧盖机扭力测量装置	2016-05-11	2016-12-07	实用新型
32	ZL201520350887.7	一种数显软包装压力测量装置	2015-05-28	2015-12-30	实用新型
33	ZL201520352749.2	一种外罩内塞式塑料瓶盖压力测量仪	2015-05-28	2015-12-30	实用新型
34	ZL201420138172.0	铝防伪瓶盖螺纹成型压力测量仪	2014-03-26	2014-08-20	实用新型
35	ZL201320703926.8	一种轻薄型塑料瓶灌装封盖后专用验漏机	2013-11-11	2014-04-02	实用新型
36	ZL201320076992.7	灌装封盖机封盖压力测量仪	2013-02-19	2013-09-11	实用新型
37	ZL201220174081.3	一种防止提取过程中原料堵塞短路的提取罐	2012-04-24	2012-11-21	实用新型

6.1 示善怀仁 共生共荣

劲牌公司认为，企业就是要创造物质文明和精神文明，成为推动社会发展进步的动力。企业财富取之于民，要用之于民，要正确对待企业财富，更要正确使用企业财富，主动履行企业公民责任，以己之力促进地方经济发展、社会和谐稳定。劲牌倡导“示善怀仁、共生共荣”的处世价值观，示人以善、胸怀仁爱，积极处理好企业与环境、与社会、与客户、与同行的关系，营造“共生共荣”的良好商业环境。

劲牌公司在助学助教、精准扶贫、乡村振兴、生态修复、城市建设和赈济自然灾害等方面，积极履行社会责任。近年来，劲牌公司巨资捐建了王英水库引水工程（含大冶、阳新）、大冶市体育公园、黄石市柯尔山-白马山城市公园、金湖生态园、阳新园博园、尹家湖机关幼儿园、黄石书房等民生公益工程。其中，劲牌阳光班公益项目已连续实施了18年，圆了35000余名学子的大学梦。

2022年，劲牌基金会用于公益慈善事业的投入达到141667032.64元。

6.2 劲牌阳光班：阳光铺洒贫困学子圆梦路

“劲牌阳光班”是公司开展时间较早、持续时间最长、跨地区最广、单项捐赠资金最多、影响力最大的慈善项目。为了进一步贯彻落实“科教兴国”发展战略，力争将“阳光班”项目打造成为具有劲牌特色、可持续发展的助学品牌。截至2022年10月，劲牌已在全国31个省市自治区的91所高中建立972个“劲牌阳光班”，累计投入超过4亿元，帮助3.5余名贫困学生顺利完成高中学业，进入高等学府深造。2021年，共有4254名劲牌“阳光班”学生参加全国统一高考，本科上线4063名，上线率95.51%。

一缕“阳光”温暖35000余个家庭

2004年10月28日，黄冈中学高一（7）班的50名学生身着整齐的校服，走进“劲牌阳光班”开班典礼现场。“我们的生活是艰辛的，但同时我们也是幸运的。”学生代表祈跻说。

这首批50名学子来自黄冈各县区低保或农村特困户，他们每人每年获得劲牌资助2000元，直至完成高中学业。“九年义务教育之后的阶段，对贫困家庭而言是个巨大的槛，有人帮一把可能就过去了，没人帮也许就停在了门外。劲牌愿尽力帮助这些家庭这些孩子迈过这个槛。”劲牌公司负责人表示。

虽是黄石企业，但劲牌的爱心，并不分疆域。

2007年，劲牌公司跨省在重庆的巴蜀中学和铜梁中学开办“劲牌阳光班”。

达娃罗杰是西藏日喀则市江孜高级中学“劲牌阳光班”的学生，家住喜马拉雅山北麓的康马县尼如麦乡，贫困的家庭经济状况曾让他的求学之路举步维艰。

“劲牌公司的助学金让我上学没有了后顾之忧。”小杰说，自己特别珍惜这来之不易的学习机会，唯有发奋读书才能报答这份厚爱。

小杰还参加了2019年8月26日在大冶启动的劲牌第二届“阳光夏令营”。当天，226名“劲牌阳光班”的学生和老师，从贵州、云南、新疆、西藏等地赶来，劲牌请来世界冠军、教育专家、阳光班优秀学子与孩子们交流；带他们去武大、华科等一流学府参观，看一看外面的世界，听一听奋斗的故事。

.....



18年来，一批又一批的孩子得益于“劲牌阳光班”实现梦想，以独立昂扬的姿态走向社会，在各自的岗位发光发热。这其中，不少的孩子更是选择回到家乡、反哺桑梓，帮助更多孩子努力追梦，完成“最美好的循环”。

大学毕业后，林华少又回到了母校云南怒江福贡一中，虽然还是熟悉的教室，但他的位置不再是熟悉的课桌，而是三尺讲台。

“我是劲牌阳光班毕业的，这就是我选择的回馈社会的方式。”林华少说，走出大山是很多山里孩子的梦想，但他愿意为了帮助更多孩子们实现梦想而回到大山。

据统计，自2004年在黄冈中学开办第一个“劲牌阳光班”以来，截至2022年10月，劲牌公司先后在全国31个省市自治区的91所高中开办了972个“劲牌阳光班”，

累计投入4亿余元帮助35000名贫困学子圆了大学梦。劲牌公司还发放劲牌阳光助学金超过1200万元，帮助1万多个困难家庭的子弟圆了大学梦。

在广西河池罗城仫佬族自治县，劲牌投入资金330万元，实施了宝坛乡四堡小学教师周转房建设、东门镇榕木小学学生宿舍楼建设、罗城高级中学学生宿舍楼维修，以及大、高、中、小学校贫困孤儿生资助等项目。

“扶贫先扶智，再穷也不能穷教育。”一直以来，劲牌公司立足关乎国家、民族未来发展的教育事业，把教育扶贫、捐资助学放在公益事业的第一位，阳光班、阳光夏令营、阳光助学金，这一缕缕灿烂阳光，照亮一个个贫困孩子的求学路、温暖一个个贫困家庭迈向实现梦想的征途。



6.3 精准扶贫：从湖北红安到广西罗城

2021年2月25日，中华民族的历史翻开崭新篇章。当天在京召开的全国脱贫攻坚总结表彰大会上，习近平总书记庄严宣告：经过全党全国各族人民共同努力，在迎来中国共产党成立一百周年的重要时刻，我国脱贫攻坚战取得了全面胜利，现行标准下9899万农村贫困人口全部脱贫，832个贫困县全部摘帽，12.8万个贫困村全部出列，区域性整体贫困得到解决，完成了消除绝对贫困的艰巨任务，创造了又一个彪炳史册的人间奇迹！

在这场声势浩大的脱贫攻坚人民战争中，劲牌公司以国家富强、民族复兴为己任，在助力国家脱贫攻坚的道路上，充分发挥企业帮扶优势，展现出了高度的家国情怀和责任担当。通过项目扶贫、产业扶贫、教育扶贫等多种途径帮助贫困地区群众脱贫致富。“十三五”期间，劲牌公司在精准扶贫上累计投入12.23亿元，惠及全国多个贫困地区群众500余万人，为全面建成小康社会作出了突出的贡献，荣获“全国脱贫攻坚先进集体”荣誉称号。

劲牌公司持续助力国家精准扶贫，认真落实中共中央国务院决策部署，向公司在全省的定点扶贫村（如东面垌村、枫树村）资助新农村建设资金；向全国及湖北省光彩事业行动提供支持，助力民族地区经济重振加快发展。同时扶贫不局限于本土，更是把财力、物力、人力投向偏远地区和少数民族地区的群众。以帮扶广西河池罗城仫佬族自治县等8个贫困县区为例，2015-2017年，劲牌公司先后累计投入1亿元专项扶贫资金。近五年来，劲牌通过多项举措鼓励广西河池、四川凉山、贵州毕节、甘肃庆阳、云南德宏、江西广昌，以及湖北黄冈、阳新、大冶等地群众自主创业，推动贫困地区经济发展，摘掉贫困帽子，奔向小康之路。

一份产业 致富一方乡亲

为了壮大扶贫产业，创新产业扶贫路径，解决深度贫困人口依靠产业脱贫和激发贫困户内生动力问题，劲牌公司注重产业扶贫，以保障从贫困山区搬迁出来的乡亲致富有持续力量。

以广西罗城仫佬族自治县为例，2016年以来，劲牌公司在罗城投入专项扶贫基金2070万元，在县城集中安置点周边的东门镇平洛村火烧窝等地，创建1200亩红心猕猴桃产业示范园，带动1200户贫困户发展脱贫。



示范园按照“政府主导、理事会监督、合作社负责、托管公司技术指导、贫困户受益”的原则，采取“合作社+托管公司+贫困户”的发展模式建设运行。红心猕猴桃三年后进入丰产期，全部建成后的示范园预计年产红心猕猴桃鲜果1500吨，按市场价2万元\吨计算，预计年产值达3120万元，扣除成本420万元，预计年纯收入2700多万元。按照“政策共享、风险共担、按利分红”原则，产生效益后，扣除生产投资及日常管理费用，按当年纯利2.5:6.5:1的比例进行分成，贫困户户均收入将达1万元以上。

2017年，劲牌公司又投入帮扶资金500万元，强化罗城仫佬族自治县核桃产业发展，采购苗木扩种面积、集中管护发挥示范作用等。

在罗城仫佬族自治县等8个贫困县区，2015-2017年，劲牌公司先后投入1亿元专项扶贫资金。先后实施了四把镇棉花村水虎生态移民搬迁安置点项目，建设毛葡萄基地、养兔场地等9个大小项目。劲牌公司的投入，彻底改善了6个屯生产生活条件，转变了群

众发展观念，增强了发展后劲，为6个屯的脱贫发展打下了坚实的基础。

此外，劲牌公司在大冶刘仁八镇毛铺乡、阳新县枫林镇等贫困山区，投资11.7亿元建立了三座原酒生态园，不仅解决了当地农村剩余劳动力的就业问题，也推动了农村经济发展。

在“千企帮千村”活动中，结对帮扶英山县方家咀乡石龙头村，自2013年开始，公司先后出资220万元，援建茶叶加工厂等，解决了该村建设资金难的问题。

2018年，向青海省海西州政府首批捐赠1000万元用于建设当地特色农业基地，帮助当地贫困群众产业脱贫。

2019年，捐赠200万元帮扶甘肃临夏县及湖北省十堰市竹山县进行脱贫攻坚活动。

2019年，劲牌公司持续助力国家精准扶贫，在贫困村的生态建设、农业产业发展、基础设施建设、安全饮水、河道治理等项目上持续发力……

近五年来，劲牌公司通过多项举措，帮扶、鼓励广西河池、四川凉山、贵州毕节、甘肃庆阳、云南德宏、江西广昌，以及湖北黄冈、阳新、大冶等地贫困群众发展产业、自主创业，推动贫困地区经济发展，摘掉贫困帽子，奔向小康之路。

6.4 助学助教：各类助学奖金和地方教育基金

为响应国家号召，历年来，基金会还设立了湖北中医药大学“优秀学生奖学金”、长江大学“九章数学教育基金”、“华中农业大学教育发展基金”、“武汉职业技术学院劲牌奖学金”、“阳新县一中劲牌贫困大学生助学金”、“黄石市教育局劲牌教师发展基金”、湖北理工学院“劲牌优秀学生奖学金”、湖北师范大学“教育发展基金”等各类助学项目。切实营造体恤弱势、扶危助困的社会风气，持续推进民族企业公益事业的前行步伐、助力国家教育事业的发展。

6.5 疫情防控：劲牌全力驰援湖北疫情防控

疫情出现后，公司先是在2020年累计捐赠现金及药品超过1.67亿元，此后又向北京、天津、黑龙江、河南等地组织捐赠了防疫用药“藿香紫苏饮”，不遗余力为打赢疫情防控阻击战。

6.6 历次重大自然灾害公司捐款捐赠物质情况

多年来，在国家重大灾害面前，劲牌的身影总是第一时间出现，如汶川、玉树地

震等；去年河南遭遇大范围极端强降雨天气，多个地区受灾严重，基金会在支持下第一时间向河南省慈善总会捐赠300万元现金及120万元物资助力防汛救灾。

6.7 生态修复：金湖生态园项目

6.7.1 项目背景

大冶是华夏青铜文化发祥地，有着3000多年的采冶史，享有“青铜故乡”之称。大冶因矿而生，因矿而兴，是一座资源大市。2008年，大冶被国家列为全国首批资源枯竭转型试点城市。由此，大冶市委五届四次全会提出了“生态立市、产业立市、改革立市、建设美丽新大冶”的发展思路，为进一步深入推进大冶生态转型，在生态文明建设上实现跨越提出了新的目标。



为回报社会，并响应市政府“生态立市，产业强市”的号召，2013年底，公司董事长吴少勋提出捐资对金湖石头咀一带采矿区进行生态修复，并对周边乡村进行美丽乡村改造，将这里打造成青山碧水、宜业宜居的家园。在市政府的主导下，2014至2015年完成了金湖生态示范区整体规划设计工作，2016年9月份完成了劲牌生态园详规设计及初步方案设计工作。2016年12月份（2016年4月8日，大冶市市政府牵头举办了开工仪式），由劲牌公司捐建的金湖生态园项目一期工程正式开工建设。

6.7.2 项目介绍

金湖生态园项目分为一、二、三期工程，其中一期工程包括吴工旦水系工程及柯家坳湾美丽乡村改造工程，于2016年12月份开工建设，2019年5月份完工；二期工程

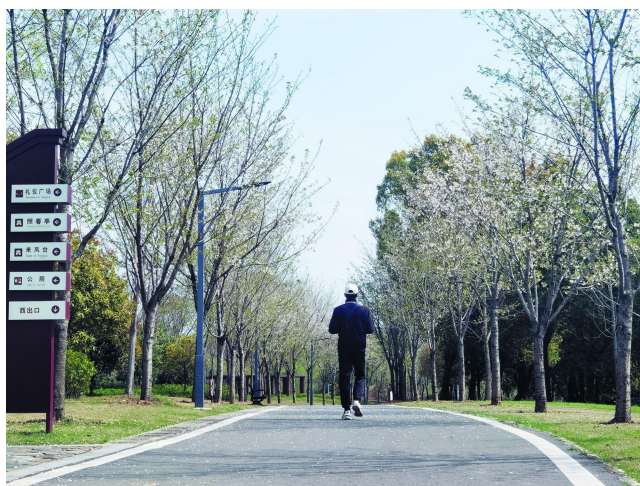
包括大地景观工程、二期尾砂库提升工程、程家垸湾美丽乡村改造工程、吴家畈湾改造工程，于2017年6月份开工，2020年8月份完工。金湖生态园一、二期项目总占地面积约570亩，其中绿化面积约400亩，水景面积约150亩，其他设施（道路、景观、广场、公厕等占地约20亩）。

金湖生态园三期工程占地约350亩，其中有310亩为尾砂库，其余为废弃工矿地或荒地。三期工程于2022年5月份正式开工，计划2024年5月份完工。

6.7.3 生态修复

金湖生态园项目用地面积中70%以上为急待治理和修复的尾砂库（有三个大型尾砂库，另有多个小型尾砂库），20%为沼泽地及工矿废弃地（吴工旦水系原为沼泽地和废弃地，杂草丛生、污水横流），10%为荒地及坟地。金湖生态园采用“三去三复”综合治理原则，分步有序实施。“三去”意为“去工业化、去商业化和去城市化”；

“三复”意为“生态修复、人文修复和生活修复”。通过对原有破坏的生态环境进行治理和修复，并对尾砂库进行无害化处理，对土壤进行种植土改良，栽植大量的乔灌木（累计种植大中型乔木1.2万棵、灌木200万棵以上）及地被植物，并修建配套的公共设施（道路、景观节点及公厕等）。



经过近5年多时间的打造，目前金湖生态园一、二期已由原来的尾砂库及废弃地变成了深受周边群众喜爱的热门景点之一，春可观花踏青，夏可乘凉散步，秋可赏叶露营，冬可晒阳健身，真正做到了四季有景。金湖生态园通过生态修复自然环境，进而修复人文环境，最终实现持续性发展的城市社会环境。

除金湖生态园外，公司董事长还于2014年9月份无偿捐资1.73亿元建设了黄石柯尔山白马山城市生态公园项目，该项目于2016年12月建成移交黄石市政府。黄石柯尔山白马山公园是一个城市周边山体综合治理及生态修复的综合性项目，建成后已成为黄石市市民休闲健身的重要场所，并得到大家一致好评。

6.8 公司历年来捐建公益工程项目

公司自2013年决定捐建大冶城市体育公园以来，先后捐建了阳新园博园、黄石

柯尔山白马山公园、黄石园博园劲牌园、大冶引水工程、阳新引水工程、金湖生态园一二期、尹家湖公立幼儿园、大冶妇幼保健院、黄石城市书房、大冶市中医医院持正堂国医馆等十一个项目，后续还将捐建金湖生态园三期、大冶市城东综合体学校、黄石市民球馆等项目，预计总投资金额约26亿元。公益工程项目总体概况如下：

目前已完工并顺利交付的有阳新园博园、大冶城市体育公园、黄石园博园劲牌园、黄石柯尔山白马山公园、大冶引水工程、阳新引水工程、金湖生态园一二期、尹家湖公立幼儿园、大冶国医馆等九个项目，正在捐建的有大冶妇幼保健院、黄石城市书房等。具体情况如下：

● 劲牌·大冶体育公园

大冶体育公园占地80.6亩，由综合体育馆、游泳馆、室外球场、绿化、道路、人行道、小型景观等组成，是一座集市民运动健身、体育休闲的综合性体育公园。该项目于2013年9月1日开工，2016年1月18日整体竣工并交付使用，项目总投资1.13亿元。劲牌·大冶体育公园自交付使用以来，社会各界反响良好，各项功能使用正常，目前已成为大冶市群众体育文化活动中心，并多次成功举办了省市级群众运动会及相关体育活动。

● 阳新园博园

阳新园博园占地200亩，公司主要捐建了主场馆、服务中心及室外广场等项目。该项目于2014年12月10日开工，2015年9月18日完成初步验收并移交阳新县政府使用，2015年9月25日至10月25日成功举办了黄石市第二届园林博览会，项目总投资约8000万元，其中公司捐建部分3000万元。现阳新园博园主场馆已成为阳新县文化馆采茶戏基地，并成为阳新县每年两会会场。

● 黄石园博园劲牌园

劲牌园占地2600m²，该项目于2016年2月20日开工，2016年9月16日完工并交付园博园组委会，该项目总投资约350万元。2016年9月25日至11月20日，累计接待游客超过4万人。在开园期间，劲牌园受到组委会及游客的一致好评，并荣获省首届园博会综合大奖。

● 黄石柯尔山白马山公园

黄石柯尔山白马山公园占地1137亩，由自行车道、游步道、仿唐塔、景观人行天桥、游客服务中心及绿化景观灯组成。该项目于2014年9月16日动工，2015年10月份初步开放，2016年9月26日正式对外开放，该工程于2016年12月25日日整体完工并移交使用，项目总投资1.73亿元。柯尔山白马山公园自开放以来，受到各界群众的好评，

并且成为黄石周边群众休闲健身的重要场所之一。

● 王英水库大冶引水工程

王英水库大冶引水工程含取水口工程、日产20万吨净水厂工程、输水泵站工程、原水输送管道工程、净水输送管道工程、调流调压站工程等。该项目于2015年5月份开工，于2017年1月21日全线通水并试运行，2017年7月21日实现20万吨满产功能，2018年4月4日大冶引水工程所有主体项目及配套项目全部完工，该项目总投资5.83亿元。王英水库大冶引水工程建成后，解决了大冶市90多万民众饮水安全及饮水紧张的问题，为大冶市经济进一步发展打下了坚实基础。

一泓清水 滋润百万群众

龙头轻扭，“仙”水自来。大冶市殷祖镇洪口村65岁的村民肖海英接过一碗水，掩饰不住内心的激动，一饮而尽：“终于喝上王英水库的水了，真甜！”

甜在嘴里，暖在心里。2017年1月21日，正值农历小年，下午3时，大冶市城乡供水一体化王英水库引水工程正式通水。劲牌公司与大冶市政府签订协议，正式将王英水库引水工程捐赠给大冶市运营管理，这标志着劲牌公司最大的慈善公益项目、大冶建市以来投资最大的民生工程正式投入运营。

21日一大早，大冶市水务集团公司殷祖水厂，周边的乡亲们都赶来看热闹，他们的脸上满是喜悦，因为这个项目将造福他们每一个人。

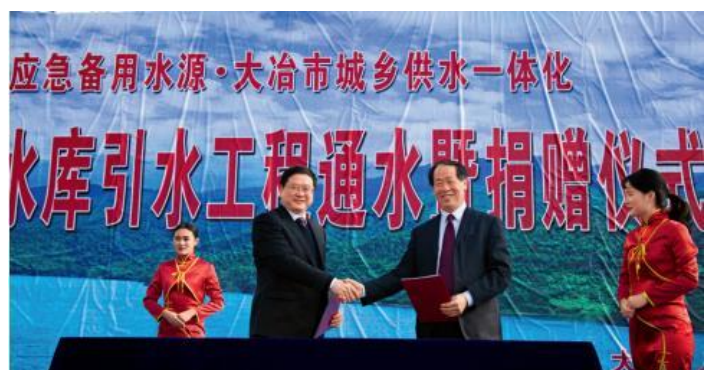
来自王英水库的优质水源，经过殷祖镇七冲村提升泵站流到殷祖水厂，在地下管网里奔走数十公里，汇入长120米、宽16米的蓄水池里，一池碧水在阳光下清澈见底。

问渠那得清如许，为有源头活水来。王英水库，又称“仙岛湖”，水库主库区水质优良，水量充沛。2014年大冶市在多方勘察后，选定王英水库为水源地，同时该库也被黄石市确定为备用水源地。

2015年4月12日，王英水库引水工程正式开工。2017年2月8日，与大冶城区管网并网，并正式开始供水。2018年4月4日，大冶王英水库引水工程全部完工，总投资5.83亿元。

这项建设总规模达30万吨/日的

王英水库引水工程及附属配套城乡供水一体化工程，对大冶、乃至整个黄石都具有重要意义，它既保障了大冶城区及殷祖、刘仁八、陈贵、灵乡、大箕铺、金山店、茗山、



金牛、保安、还地桥等乡镇饮水安全，让大冶城乡居民受益，又解决了黄石应急备用水源问题，进一步保证了黄石城区供水的稳定性。

在建设大冶引水工程的同时，劲牌公司还积极筹建阳新引水工程。2016年4月10日，阳新引水工程管道工程开工；2017年11月29日，阳新引水工程全线原水管道通水，原水输送至阳新二水厂。2019年底，阳新引水工程整体完工，总投资2.51亿元，为阳新百万城乡居民每天提供优质的饮用干净水10万立方米。

这一泓清水，滋润了大冶、阳新百万群众，为两地贫困农村的脱贫攻坚注入清新活力。

● **王英水库阳新引水工程**

王英水库阳新引水工程含10万吨净水厂工程、原水输送管道工程、净水输送管道工程等。阳新引水工程管道工程于2016年4月10日正式开工，2017年11月29日建成投入使用；沿镇水厂工程于2018年1月10日开工，2019年12月26日举行了交接仪式，2020年12月10日全面建成并正式投产，该项目总投资2.51亿元。阳新引水工程建成后，解决了阳新县城乡饮水安全及饮水需求问题，并为阳新县经济发展打下基础。

● **大冶金湖生态园一、二、三期**

金湖生态园位于大冶市西南郊，是大冶市几十年来矿冶开发最为密集的区域，原有矿山2座、冶炼厂8家、选矿厂、配矿货场20余家、尾矿库10余座，规划区生态环境十分恶劣。其中金湖生态园一、二期包括吴公旦水系景观绿化工程、大地景观工程、美丽乡村（柯家坳湾、程家坳湾、吴家畈湾）改造工程，总占地约550亩（不含美丽乡村）。吴公旦水系景观绿化改造工程于2016年10月份动工，2018年3月份完工交付使用；大地景观工程于2017年12月份开工，2020年8月份完工；美丽乡村改造工程于2017年3月份开工，2020年8月份完工，金湖生态园一、二期总投资约1亿元。金湖生态园一、二期建成后，极大缓解了金湖吴公旦片区环境污染问题，并为大冶市生态修复打造出一个亮丽名片。金湖生态园三期占地350亩，主要包括两个大型尾砂库，约占总面积的90%以上。三期项目已于2022年5月份开工，计划2024年5月份整体完工，预计总投资1.1亿元。三期建成后，将彻底改变吴公旦片区环境污染问题，使这里变为宜居宜业的家园。

● **尹家湖公立幼儿园**

大冶市公立幼儿园项目选址位于尹家湖东岸尹家湖中学旁，项目规划用地面积36亩，总建筑面积2.4万平方米，一共36个班，分三个学区建设，每个学区12个班，每

班30人。该项目于2019年6月份开工，2020年10月份建成投入使用，总投资约1亿元。大冶市尹家湖公立幼儿园建成后，是黄石地区规模最大的公立幼儿园，极大缓解了大冶市公立幼儿园紧缺的问题，提升了大冶市公立幼儿园的硬件设施水平。

● 大冶市新建妇幼保健院

大冶市新建妇幼保健院项目选址位于尹家湖东岸（城东北片区纬七路以南，经二路以东），项目规划用地面积59.85亩，总建筑面积7.1万平方米，该项目包括一栋13层（地上12层、地下1层）住院楼、一栋4层门诊楼及一栋9层月子中心（后勤楼）。该项目于2019年10月份开工，2022年12月份建成交付使用，总投资约4亿元。大冶市新建妇幼保健院建成后，极大提升了大冶妇幼保健院的硬件设施规模及水平，为大冶市医疗卫生进一步发展打下坚实基础。

● 大冶市中医医院持正堂国医馆

大冶国医馆项目（原大冶市民政局大楼）总建筑面积4300m²，一共10层，混凝土框架结构。由劲牌公司出资1200万元对整栋大楼进行装饰装修改造，改造范围包括：外墙窗户及幕墙改造、室内外水电（含给排水、强电、弱电等）及消防改造、新增专业通风及暖通空调、室内装饰装修改造等。该项目于2021年7月1日正式开工，2021年11月26日竣工投入试营业，2021年11月28日举行了开馆仪式。大冶国医馆是由劲牌持正堂生物医药公司与大冶市中医医院合作将其打造成湖北省县市级规模最大、功能最齐全、技术项目最多的中医诊疗机构，该项目是大冶市市政府督办的重点医疗改造项目。



● 黄石城市书房

黄石城市书房项目是黄石市文旅局牵头，黄石市图书馆具体负责，黄石各城区、社区配合，由劲牌公司出资建设的惠民公益项目，拟在黄石四个城区一共建设40余个书房，总投资约5000万元。该项目于2021年1月份开工，截止2022年12月份，已完成一期7所书房建设工作并投入使用，另外有2所书房正在建设中，预计2023年4月份建成开业。黄石城市书房整体建成后，将实现黄石城区“15分钟阅读圈”功能，为黄石文化发展及打造文明城市助力。

7.1 走绿色、健康、可持续发展之路

公司坚持“将待污染物当成产品对待”的原则，从环保技术研究、硬件设施投入、环保过程监控、制度体系保障方面全方位实施预防性管控。同时积极推进清洁生产、环境管理体系、能源管理体系、能源审计等管理工具，为环保管理的高效运行提供保障。十余年来，企业废渣全部资源化利用，实现零排放；废水、废气和噪声全部严于国家标准排放，并积极实施废水零排放工程。

公司始终践行绿色、健康、可持续发展的理念，在自身发展的同时，积极倡导“人文生态与自然生态”的和谐发展理念，积极开展周边企业、下游供应商的环保管理帮扶，推进其清洁生产共同发展的同时，勇于承担环保社会责任。

7.1.1 厂区景观美化

2022年度，公司策划实施种植适宜各类野生小动物栖息、藏匿的灌木丛工作。确定了在公司各处绿化带间，将稀疏、低矮，不适合小动物藏匿的地被植物改造成相对较高、较密集的灌木带，通过增加云朵状的种植形式，让不同绿化带连绵成片，创造有完整生态功能的绿化小组团，为在绿化带内栖息生活的野生小动物提供适合藏匿、迁移的条件。目前已经在持正堂药业水系周边增加种植种植近1000平方米各类灌木，后续还会陆续在办公楼旁党员林、香樟林、科技楼后原始林、持正堂药业水系周边等区域继续优化调整。

继续推动推进关键线路、关键节点绿化景观的美化提升，本年度实施了持正堂药业水系中油红梅补种项目、座溪泉水源地红梅补种项目，在部分关键区域、关键节点的增加成片的樱花、梅花等开花效果较好的开花树种，创造花开烂漫的景观效果。



7.2 践行绿色发展理念 首创内循环发展机制

7.2.1 树牢绿色发展理念， 污染排放严于国家标准

公司始终坚持“生产未动、环保先行”，搭建“源头削减-过程控制-末端治理-循环利用”全过程环保模式，推行环保“三级责任制”，践行环保管理“一把手”工程。在公司层面成立环保主导部门，并在各生产区域设置环保科，明确工作职责，组建了一支专业化的环保管理团队。制定了严格的巡查、考核制度，建立环保监测数据的日反馈、环保指标月考核、环保达标运行季度奖励、环保目标年度兑现等工作机制，从大到公司发展思路，小到每个人的考核指标，全都贯彻绿色环保理念和管理要求。

建立严格的污染物排放内控标准。2007年，公司首次执行污染物排放内容标准，废水主要污染物COD、BOD5、氨氮排放标准，分别为等于或小于30mg/L、6 mg/L、3mg/L，相较国家标准下降了50%-80%；废气污染物排放标准也较国标下降了20%-30%。2018-2021年，公司COD排放量合计削减42693吨。



公司积极开展环保新技术研究，大力推进环保技术升级，不断提高环保设施运行效率，降低污染物排放浓度，努力实现新、改、扩建项目增产不增污，甚至减污的目标。随着环保工作推进，公司先后实施了7台锅炉的“煤改气”工程，减少烟气排放；实施燃煤锅炉脱硫除尘、脱硝系统升级改造，实现二氧化硫、氮氧化物优于国标排放；对环保站高噪声、高能耗的鼓风机进行改造，消除设备噪声污染；大力推进环保站臭气、废气综合收集与治理，改善环境；同时，公司率先在全行业实现酿造废水的总磷总氮的达标治理，成功开创了国内酿酒行业废水除磷脱氮稳定达标的先河，成为国内同行业污水处理的标杆单位，吸引多家酒企前来学习交流。

据统计，劲牌公司环保设施累计投入达3亿元，建设废水、废气、噪声和废渣处理设施100余台套，其中，污水处理站5座，污水处理规模达到了6700吨/日，全部安装了在线监控设备并与省环保厅、黄石市和大冶市环保局在线监控平台对接，所有污水

经处理后均能按照企业标准稳定达标排放。公司环保设施每年运行费用超过2000万元，污染物全部实现了达标排放。

7.2.2 推行清洁生产，使用清洁能源，建设节能减排标杆企业

坚持“节约优先、环保优先”，始终坚持推进清洁生产、广泛使用清洁能源，实现了绿色环保和清洁生产的有机统一。2006年，公司顺利通过ISO14000环境管理体系认证；2009年，公司委托浙江大学开展清洁生产审核并通过省环保厅组织的验收；2011年被评选为国家“十大碧水环保先锋企业”；2017年2月，公司被省经信委评为“湖北省清洁生产示范企业”。2020年2月，公司荣获“2018-2019绿色年度人物”提名奖。

近年来，公司累计投入资金1.12亿元，组织实施节能减排中高费方案118项，产生的效益达4000余万元。公司大力提倡使用清洁、再生能源。不仅将污水站沼气进行充分利用，同时引入光伏发电项目。推行清洁生产以来，公司累计节水310万吨、节电3500万千瓦时、节约原煤6.95万吨，减少废水排放310万吨，万元产值综合能耗下降了55%，生产效益极大提高。2019年公司对洗瓶水进行回收利用，年减少了10万吨中水排放及自来水的耗用。同时，公司投资建设了沼气发电项目，引入太阳能光伏发电项目。2018-2020年，公司沼气发电量1146万千瓦，光伏发电量791万千瓦时。目前公司清洁能源占总能源用量的35%，生产效益极大提高。



在全面实施清洁生产审核的同时，公司从能源管理、生产工艺流程、耗能系统和设备运行效率等方面全面开展内部“能源审计”，从材料、结构、包装方式等入手“减”化，提高资源利用率。2018年，公司通过ISO50001能源管理体系认证。同时通过一系列节能方案的实施及对标分析，公司已达到了湖北省节水型企业标准。2019年，公司荣获CEM全球能源管理奖。

7.2.3 发展循环经济，建立起系统内“生产者、消费者、还原者”的工业生态链

公司以“减少资源消耗、降低废物排放、提高资源生产率、实现经济增长方式”的根本转变为目标，积极推行“三产”共生的循环经济模式，以自有原料直供基地为

基础，建立完整的主产业链，带动第三产业发展，形成了独具劲牌特色的循环经济体系。

2013年，公司成立循环经济事业部，把所有固废资源化再利用，不仅是源头削减，还要求在末端达到全部资源化、全部再利用。目前，公司实施的循环经济项目范围涵盖了水、气、渣等方面，通过将污水站处理后的中水作为生产冷却水供内部卫生用水、药渣环保泥变成肥料，将酒糟变成饲料，将煤渣外售制砖厂等方法，企业每年产生的约25万吨固废都物尽其用，实现废物资源化利用，近零排放。

7.3 坚持绿色发展观 打造智能绿色供应链

7.3.1 创建“绿色工厂”，打造绿色供应链

公司在产品设计环节，开展生态（绿色）设计，同时将生产者责任进行延伸，结合“互联网+”及“工业4.0”实施计划，推行绿色供应链管理，推进绿色包装、绿色采购、绿色物流，大幅减少生产和流通过程中的能源资源消耗和污染物排放。2016年3月，公司被国家工信部评委“工业产品生态（绿色）设计试点企业”。2018年12月份，国家工信部授予劲牌公司“绿色工厂”荣誉称号。

公司以人工种植的肉苁蓉替代野生肉苁蓉，减少野生肉苁蓉的采集过程中对沙漠植被的破坏；通过工艺改进优化，减少仙茅药材的使用量；规范GAP药材人工种植基地建设和管理，确保药材品质稳定，并减轻水土流失和污染等。

公司实施原酒机械化酿造，原料全程不沾地、不与操作人员接触，减轻了员工劳动强度，提高了生产效率。新工艺较传统工艺，人力成本降低75%，吨酒耗煤降低33%，吨酒污水排放量较传统工艺降低18%，整体技术达到国际同行领先水平。

2013年5月，公司成立产品包装研发部，全面负责公司产品的包装设计和平面设计。在产品包装设计上推行绿色包装设计，遵循减少包装材料消耗、包装容器的再充填使用为原则，产品包装以简洁、轻便、耐用为主，杜绝包装过度奢华。在包装选材上，选择对人体健康、环境保护有益、无毒无害的包装材料，包装材料要求具有可回收及再生利用，可降解的性能，同时包装材料生产能耗低、成本低，污染少。2018年公司推进轻量化玻璃瓶应用，年减少1000吨玻璃原料耗用；采用“低克重、高强度”外箱，以最大程度减少纸张能源的消耗；全面采用水印印刷工艺取代胶印印刷工艺，不但降低了包装成本，同时水性油墨使外箱更为低碳环保；改变包装材料的部分过度材质，将部分礼盒的硬纸板调整为工业纸板来控制包材成本；研发纸质底座替代泡沫或吸塑材料；采用仿陶瓶替代部分陶瓷瓶；公司大部分产品实现了裸包装及筒包装。

7.3.2 携手周边企业，共创绿色发展

劲牌公司是“2020全国脱贫攻坚先进集体”“2019中国民营企业制造业500强”“湖北省民营企业100强”，入选央视“2019中国品牌强国盛典榜样100”，公司董事长吴少勋入选“改革开放40年百名杰出民营企业家”。公司在自身发展同时，不仅带动供应链上下游产业包装、瓶盖、玻璃瓶、物流的发展，还对本地企业进行管理帮扶，帮助企业绿色生产、清洁生产。目前已初步形成了200亿的上下游产业集群。2018-2019年，大冶劲佳包装、国冠瓶盖厂、华兴玻璃瓶厂等企业在公司的发展带动下均成为国内各行业的领军企业。本地世星药业、楚天化工等公司员工的精益生产意识得到强化，建立了“洁、净、定、序、靓”特色作业现场，不仅减少浪费、提升效率，还有力促进节支增收。

7.4 循环经济事业的发展

7.4.1 物资回收综合利用

指标与项目	基准指标值	2021年完成情况说明
固废处理情况	固废处理完成率 100%	酒糟、环保泥、中药渣、粉煤灰、废纸、废塑料、废玻璃、废金属、废木材
固废无害化处理情况	固废无害化处理率 100%	可回收固废全部进行资源再利用处理，处理率100%。危险废物2022年处理量 吨，出资 万元，全部委托具有处置资质单位进行无害化处理，处理率100%。

● 固废处置情况

酒糟、环保泥、中药渣、粉煤灰、废纸、废塑料、废玻璃、废金属、废木材等，全部进行资源化处理，利用率100%。

● 固废无害化处置情况

可回收固废全部进行资源再利用处理，处理率100%。危险废物2022年处理量吨，出资 万元，全部委托具有处置资质单位进行无害化处理，处理率100%。

● 重点业务开展情况

积极推行“三产”共生循环经济模式，以自有原料直供基地为基础，在无害化处置的前提下，不断深度挖掘各类副产物的价值，在确保环保绿色处置的同时，不断对资源利用的榨干取尽，形成了独具特色的循环经济体系

公司的酒糟业务

酒糟主要作为饲料进行资源化再利用，地区范围覆盖湖北、河南、安徽、江西等四大区域养殖市场，以低价格、高性价比的饲料优势惠及养殖农户，支持国内养殖业发展，同时杜绝了酒糟对环境的污染，产生巨大的社会效益。经过多年市场的应用验证，劲牌有限公司鲜酒糟凭着质优价廉的优势，已成为肉牛养殖不可或缺的饲料之一。同时为了维护终端养殖户的利益，劲牌公司于2019年开始推进鲜糟直销模式转型，于2020年已全面实现酒糟直供销售，缩减了中间商利益，惠及每一家养殖农户。同时通过应用互联网有赞电商平台，一目了然地展示酒糟价格，使客户在手机上下单更安心，而我们可以第一时间安排发货，极大提高服务的时效性，为产品服务增值，并且通过不定期检查保证物流的规范性，充分保护客户利益。同时，为了响应国家农业大方针，深挖酒糟附加值，寻找蛋白类饲料替代性资源的可行性，循环经济事业部正在开展酒糟蛋白发酵饲料的研究和验证，当前已在局部市场组织相关研究性效果验证并取得一定突破。

公司有机肥业务

公司充分挖掘中药渣及酿酒过程中的淀粉沉淀物的价值，利用微生物发酵机理，自主生产有机肥，经过六年的耕耘，劲牌“幕阜山”有机肥获得周边农户的广泛好评。本年度，为了响应国家乡村振兴计划、高标农田建设，联合本地农业主管部门，针对柑橘、茶树、草莓等特定作物定向开发专用生物有机肥，真正将劲牌循环经济与地方特色有机结合在一起；并且在施肥技巧、土壤改良方面提供“一对一”技术服务，以客户利益为出发点，为客户解决土壤酸化、改善农产品品质、提高经济效益等方面提供力所能及的帮助。另外，为了规范和突出产品特点，同时为行业树立标杆作用，在2021年度公司有机肥生产工艺标准获批成为黄石市地方标准。



公司为提升药渣资源化利用价值及效益，积极开展药渣在饲料养殖方面的应用和创新。以苦荞发酵饲料研发为例，经提取过苦荞黄酮的苦荞药渣，其内含高达60%的淀粉、蛋白质等主要营养成分并没有流失，如果再利用是很好的动物能量饲料原料，于是公司联合外部生物技术企业历时两年，成功研制出一款苦荞发酵饲料产品，

能改善动物肠道吸收，提高动物采食率，提高动物抵抗力，同时改良肉品风味等作用，目前主要用于肉牛、生猪等常见牲畜的喂养，不仅为周边养殖户提供了物美价廉的优质产品，还降低客户的养殖成本，并取得养殖户的高度认可。

垃圾分类工作

自2019年7月1日，上海正式强制性推行垃圾分类开始，公司紧跟环保热点，主动思考在公司内开始推行垃圾分类的工作模式，积极策划推行方案，过程中通过培训考试、硬件设施的配备等多种方法和措施，来满足垃圾分类工作的推行。直至目前已实施3年有余，垃圾分类效果明显，不仅大大的减少了垃圾的处理量，还增加了可回收物资的处理效益。

7.4.2 2022年公司循环经济效益

循环经济事业部自2013年5月成立以来，在循环经济3R原则“减量化、再利用、资源化”的指导下，积极开展对公司各类固废资源的循环利用技术研究及市场拓展，现已逐步实现对各类固废100%资源化及无害化处理，并实现销售业绩的逐年增长，累计实现总销售额3.14亿元（统计前9个经营年度），其中2021-2022经营年度销售额首次突破4000万元。

公司循环经济始终围绕节能减排、重复使用、循环利用、可再生利用、可替代使用、修复等六个方面开展。截至目前，全部工业副产品及废弃物严格按照国家循环经济促进法规实现无害化、再利用、资源化，同时也给公司带来了较大的经济效益，2022年度营销额达4067万元。

2022年度，酒糟总计产出量约7.4万吨，实现100%资源化再利用，其中鲜糟直接实现利用（喂牛）7.04万吨，剩余部分加工为饲料原料在畜禽养殖上体现价值；本年度，公司所产生的酿酒淀粉下脚料和中药渣全部实现生产有机肥，年有机肥产销量4784吨，惠及农户百余家；废纸、废玻璃、废金属等等全部实施分类管理，返还至上游厂家回收利用，总计回收利用3244吨，创造经济效益960.7万元。

“人才”始终是劲牌的第一资源。公司现有员工5536人，拥有享受国务院特殊津贴专家7人、全国劳模2人、中国酿酒大师2人、国家级评酒委员29人、全国技术能手（国家人社部）2人、全国酿酒行业技术能手（中国酒协）9人、湖北省有突出贡献专家及省政府专项津贴8人、省级评酒委员18人、湖北省劳模及五一劳动奖章4人、荆楚工匠及荆楚楷模2人、东楚英才8人等各类优秀人才。

在此基础上，劲牌公司还在持续加大人才引进和培养力度，近五年平均每年通过校招引进大学生102人，并累计举办18期校招大学生培训班。2021年7月，公司响应国家号召，首次引进西藏籍大学生，目前已实施2批，共有13名西藏籍大学生来到劲牌就业。

劲牌公司始终坚持和谐共生的发展理念，坚持发展为了员工、发展依靠员工、发展成果由员工共享的人本理念，以“维护员工合法权益为中心，提高员工生活水平为目的，促进企业增效增收为宗旨”，切实解决员工最关心、最直接、最现实的利益问题，建立了和谐的劳动用工关系，实现了员工与企业双赢发展。

8.1 搭建无忧的员工福利体系

- 在“五险二金”、“带薪休假”等法定福利项目的基础上，建立了安家补助、购房借款、出国旅游、高等学历进修、内部养老金、免费食宿等20余项多样化的自主福利项目，并兼顾各类岗位及人群特质、员工个性化需求的差异性，形成了涵盖员工衣、食、住、行以及家庭关系和职业发展的让员工无忧的福利体系。
- 在住房福利方面：员工购买首套自住房的，可申请购房借款（最高借款额度50万）及安家费福利，未在公司本地购房的外地单身员工，可免费入住公司酒店式公寓。
- 在健康医疗方面：员工本人因病需住院治疗的，针对医保报销后的个人承担部分，按60%比例报销，其中重大疾病住院费用非医保报销部分公司全额承担。
- 在员工旅游方面：员工每年可结合个人实际选择参加公司集体旅游或享受个性化旅游报销，凡司龄满五年人员，均可享受一次欧洲十五游（近三年因为疫情原因暂停）。
- 在生活保障方面：公司全体员工一日三餐均可在公司食堂免费享受健康养生餐，公司还聘请了5位国内一流的营养师，作为公司食堂的健康配餐顾问。

8.2 建立高契合的员工关怀机制

为进一步提升员工对组织支持感知，公司在完善物质性福利保障的同时，还建立了高契合的员工关怀机制。

(1) **举办员工家属答谢会**：自2012年起至今，连续开展了七届家属答谢会，安排不同主题的晚宴、礼品赠送等环节，累计800余名员工家属出席答谢会，投入260余万元。

(2) **建立员工救助制度**：2008年，公司制定了《劲牌员工救助管理制度》，持续推进困难员工入户调查、走访慰问、金秋助学、困难救助。其中，职工直系亲属患重大疾病的，对家庭承担部分给予50%报销。

(3) **实施EAP员工心理关爱计划**：为了加强员工心理健康管理，2022年7月公司启动员工EAP员工心理服务项目，与国内从事心理咨询与服务时间早、规模大的外部专业心理健康机构——北京易普斯咨询有限公司进行合作，开展专业的员工心理检测、心理咨询、心理健康培训等。



(4) **特殊员工关怀**：2015年起，每季度对员工遗属和遗孤进行慰问，女工委员与去世员工遗孤结对帮扶，每季度进行探望，从物资及心理上进行帮扶和关怀；每年对因无经济来源且体弱多病的遗属，公司每年给予生活补助并不定期慰问，已持续近20年；2019年，专设女职工“哺乳室”；关注员工婚恋问题，在每年开展不少于5次内外交友活动的基础上，发动和激励全体员工为单身青年牵线搭桥，通过多种方式共同搭建了交友平台，利用此平台每年解决了近20名员工的个人婚恋问题。

(5) **丰富员工业余生活**：目前公司在不同厂区共建有室内篮球场3个、室内乒乓球场2个、室内羽毛球场3个、健身房2个，累计投资1300万元，总面积达6000余平方米，并组织成立了交友、摄影、篮球、登山等12个文体协会常年开展活动。结合员工的需求开设了瑜伽、声乐、舞蹈、插花、烹饪等兴趣培训班，不定期组织安排女职工家庭关系、女性健康等专题培训，丰富员工业余生活。

8.3 实施全方位的员工培训与教育

公司倡导“办学习型企业，育知识型员工”，将企业发展与员工价值实现紧密结合，

创建了“4级培训组织+8项培训制度+11大学习平台+1085门培训课程+400名培训讲师+年度培训经费超过工资总额的3%”的劲牌教育与培训体系,并持续实施改进,促进员工的快速成长及能力提升。

建立了“4+1”培训模式

组织层面：公司人力资源中心为一级培训机构，重点做好中高层领导、管理与专业序列、新员工的培训培养；子公司（生产厂）为二级培训机构，重点做好所属单位不同序列人才的培养与储备；各部门（车间）为三级培训机构，重点做好基层管理及操作序列的培训；各班组为四级培训机构，重点做好操作岗位的培训。近三年公司共组织培训1000余场次，受训学员累计达30余万人次。

个人层面：2020年开始推行员工自主学习机制，上级领导审核并指定提升方向，工作周清适时跟进体现成果转化。



整合内、外部培训资源

公司成立劲牌学堂、劲牌职业技术培训学校，共设置有17个培训教室/培训中心，3个实训基地，多功能报告厅2个，总面积达4000平以上。

同时，联合腾讯公司开发劲牌网上学院等，与北大医学部、美国哈佛医学院等开展培训项目合作，全方位开展人员培养。比如：投入3000余万元与波士顿咨询，合作开展企业战略咨询、企业数字化转型咨询等，期间组织专题培训三十余场，覆盖公司领导干部、数字化人才、营销人员等千余人次。

培训管理体系不断完善

①2016年起，针对管理梯队、营销人员和外部合作商三类人群提供更系统、更专业、更有针对性的培训项目，参培人员由选派转变为全覆盖，在提升公司员工知识和技能的同时，为公司树立良好品牌形象。

②2018年，实现培训形式的改变，成立专业实训基地，由课堂教学为主走向现场辅导为主；由传统的PPT向微课及抖音、直播等多种形式扩展。

③2020年，推行自主学习机制，设定针对性学习激励措施，由“要我学”到“我要学”的转变。

④建立“四库”（讲师库、课程库、案例库及试题库）并分层分类管理，为快速、高效开展培训与培养工作打好基础。

8.4 培训管理变革

2018年10月成立劲牌学院（现更名为“劲牌学堂”），针对管理梯队、营销人员和外部合作商三类人群提供更系统、更专业、更有针对性的培训项目。根据“上承战略，下接人才”的管理思路，劲牌学堂从需求输入到项目输入设计了“后台-中台-前台”的运营机制。即后台是组织、业务和员工能力和发展需求的输入，中台是讲师、课程、效果评估以及在线学习平台技术支撑，前台是具体培训项目和活动的策划、组织和实施。其中培训项目囊括：领导力提升培训、营销能力提升培训、组织能力提升培训、经营管理能力提升培训、新员工入司培训、专业能力培训共六大板块。

同时劲牌公司培训实施项目制运行，在领导干部培训方面开展“劲才计划”、“劲领计划”、“劲英计划”、“劲袖计划”。在营销序列开展“营”的能力提升培训和“销”的能力提升培训，不断开展洞察力培训和营销技能实战工作。在技术类培训主要围绕职业素养、专业技术、研发能力三个方面开展，分类别分项目实施开展，目前公司有国家评委28名，升级评委15名，国家级评酒委员万人占比方面，与标杆和竞争对手比，优势明显。在管理类培训主要根据人员成长需要，开展管理高潜人员培训班，并根据业务发展需要及人员能力状况，开展专题培训。在操作族群培训方面，劲牌公司搭建具有特色的专业工人技术岗位课程，依托实训基地开展电气实训教学、钳工实训教学、产线仿真教学、理论经验教学，近三年10余人次获得市级劳动技能竞赛奖项。

8.5 劲牌学堂的建设

面对新形势、新挑战，员工的各项能力需不断提升，对在线平台的课程运用的范围扩大、频次逐年增加。2021年11月劲牌学堂线上学习平台上线，劲牌学堂线上平台目前已成为员工学习的重要载体，经过一年的建设，截至2022年10月平台共计1735门课程，其中视频类课程933门（含视频课程和微课），文档类课程793门（含课件和文档

案例)，音频课程9门。内部开发课程共计1210门，占比所有知识70%，员工分享知识的积极性进一步提升。

内部讲师是组织经验和知识的收集者、提取者和传播者，是企业人才培养的关键环节。劲牌公司2021年度共有463人开展各类培训授课，其中有345人为公司已认证的内部讲师（含已授课的特邀讲师），有118人为各单位、部门未认证的讲师。其中初级讲师261人，占内部讲师总人数的75.65%，中级讲师35人，占比10.14%，高级讲师8人，占比2.33%，特邀讲师（公司领导和直属中层）41人，占比11.88%。劲牌学堂不断引导内部讲师提升教学服务质量，积极拥抱线上、线下培训，满足课程质量和数量逐年增加的需求。进一步发挥讲师的学习能力、研究开发能力、创新能力、表达能力等综合素养，不断满足公司转型和未来发展的知识储备，发挥内部讲师重要作用。

8.6 各类员工文体趣味活动

8.6.1 职工文体活动

● 劲牌劳模、工匠志愿服务

结合大冶市总工会关于开展“中国梦·劳动美”志愿服务工作部署及要求，2022年工会办公室组织成立劲牌公司劳模（工匠）志愿服务小分队。本年度共计开展了四次志愿服务活动，分别为：对大冶市青铜文化广场的座椅进行了修缮维护、进社区为留守老人家庭提供水电检修服务、公司劳模工匠代表（吴兴松）进其他企业（湖北迪峰换热器股份有限公司、灵乡瑞信公司）进行宣讲，总参与人数达60余人次。通过活动充分发挥了劲牌劳模（工匠）的模范带头作用，体现了劲牌员工良好的精神风貌，践行了乐于助人、奉献爱心的志愿精神。

● 球类联赛

为丰富职工业余文化生活，增强职工的身体素质和企业凝聚力，本年度组织开展了第十二届职工羽毛球比赛、第九届职工乒乓球比赛，共有120余名职工积极参与，充分展示了劲牌人团结向上、奋力拼搏的精神面貌。



● 单身联谊

为进一步丰富公司单身青年员工的业余文化生活，为大家搭建交友平台，本年度创

新了活动开展形式、拓宽了员工交友平台，联合大冶总工会举办了“相约劲牌 携手未来”大冶市单身职工联谊活动，迎合年轻员工的喜好开展了红色剧本杀活动和野炊活动、组织参加了“我选大冶 圆梦铜都”青年人才沙龙。同时也通过建立了单身青年数据库、进行了一对一牵线、引导大家树立正确的婚恋观等方式增强了对单身青年的关爱力度。



● 重阳节敬老

为了弘扬敬老爱老的传统美德，关心退休职工的生活，让他们感受到公司的关怀和温暖他，2022年重阳节前夕组织开展了退休职工参观展馆和游金湖生态园活动。让退休职工纵观了公司的发展历史、体验了科技创新，游园活动中就地开展节目表演，现场退休工人载歌载舞，展示了公司退休职工的艺术风采和积极向上的精神风貌。

● 元宵喜乐会

在公司贵宾餐厅举办了元宵喜乐会活动，吸引了百余名员工参与。现场开展了包汤圆、猜灯谜、互动游戏、幸运抽奖等活动，让大家充分感受中华传统文化的同时，增强团队凝聚力，为营造良好的企业人文环境添色了增彩。

● “六一”亲子

为加深员工与孩子之间的情感交流，体现公司对员工家庭的关爱，六一前夕组织开展了主题为“劲牌艺术小镇漫游记”的亲子活动；本次活动结合孩子年龄设置了3个活动场景，共计500余名员工及孩子参加了此次活动。

● “迎新春·送祝福”

为了弘扬中华优秀传统文化，营造温馨祥和的春节氛围，春节前开展了“迎新春送祝福”活动。活动分为集福、写福、送福三个环节，共征集到各部门的对联、条幅、标语（内容）119条。同时邀请大冶市书法家协会老师一行来为员工写对联，并对内容进行了评选，最后工会将一张张书法作品送到员工手中。

● 面点制作教学

为了练就员工的生活技能，提升员工家庭幸福感，结合员工的兴趣与需求，本月邀请公司厨师就桃酥和老婆饼的制作进行了现场教学，20多名员工积极参与其中。

● 基层工会各类文体活动

除组织开展各类全员性文体活动和节日活动外，还鼓励和指导基层工会自行开展各类特色活动，形成了“多元化、立体式”文体活动体系。本年度，基层工会自行开展了趣味运动会、健康跑活动、各类球类比赛等，提高了员工的参与度，激发了基层活动，增强了职工凝聚力。

8.6.2 员工慰问工作

坚持红白喜事、住院员工慰问工作，年度共计215人次。同时针对公司困难、患大病的员工，高龄、患大病的退休职工、遗孤遗嘱家庭等特殊群体进行重点关爱和慰问，进一步传递了劲牌大家庭的温暖。



8.7 劲牌党群活动与志愿者服务

8.7.1 520，劲牌志愿者献出特别的爱面点制作教学

2022年5月20日，在这个特别的日子里，有一群劲牌志愿者用特别方式奉献自己的爱心。



下午2点，在总部科技楼前，经过医护人员的体检，最终有61名劲牌党员干部、员工组成的劲牌志愿者以无偿献血的方式传递爱心，共计献血18900毫升。

献血活动现场，志愿者们依次经过信息登记、血液类型检验、静脉采血等环节。在血液采集车上，四个机位同步采集血液。献血完毕后，志愿者们认真听从医护人员

的叮嘱，并领取自己的“无偿献血证”。

每一袋血将从劲牌出发，经历多项处理步骤后，在未来的某一天到达有需要患者的床前枕边，这是一趟情意满满的爱心旅程。而此时此刻，我们和需要帮助之人的奇妙联结已然形成。

“我有家人在医院工作，相对来说更加了解对病人的需求，所以自己很乐意通过献血能帮助到他人。”来自财务管理部的赵枝梅说：“每次组织的献血活动现场都很有秩序，服务也暖心，缓解了我们的紧张感。”

劲牌公司作为全国文明单位，一直以来积极开展各类志愿活动，员工参与的热情一直高涨。企业的根基是每一位平凡的员工，我们或许不能“把酒酹滔滔，心潮逐浪高”，成为时代英雄和弄潮儿，但在日常中奉献自己的一份爱心，为陌生人带去温暖，同样是不平凡之举，这也是劲牌员工践行“有担当”核心价值观的具体体现。



我献血 我健康

8.7.2 亲子植树节，传递和践行爱与环保理念

2022年3月12日，是第四十一届植树节。党委办公室一如既往组织了劲牌义务植树志愿者活动。

这次活动还特别邀请志愿者家属参加，志愿者带上家里的小朋友齐心种下“家庭树”“亲子树”，让植树节变成一个围绕爱与环保的节日。

这天一早，志愿者在公司东一门集合出发前往茗山乡，一下车扛旗的、拿锹的、搬水的、提桶的……每个人都冲在前面，干劲十足。

劲牌志愿者服务队，大茗山，我们来啦！



8.8 创新员工健康食堂

为了不断提升食堂管理，为公司员工提供一个健康、安全、可靠的就餐环境，食堂

不断的从硬件完善、管理升级、食堂菜品质量与服务上改进提升。

8.8.1 优化硬件基础设施，改善现场环境

1) 升级硬件基础设施。2018年10月，公司总部食堂实施机械化改造，实现了厨房设备升级。此次设备升级主要涉及到排烟系统、清洗设备、消毒设备、初加工设备、烹饪设备。初加工设备、清洗设备的升级，对原有排烟系统进行全部升级和更换，以解决油烟排放不畅、室内蒸汽排放不畅、管道积油遇高温有火灾隐患等问题；增加消毒库，以解决厨房厨具、餐具、制餐用具全面消毒的需求；增加了初加工设备、烹饪设备，以提高后厨部分工作环节工作效率，丰富烹饪方式。

2) 食堂环境整洁，无蚊蝇，无污染物。食堂内外为无烟就餐环境。

8.8.2 从源头上加强食材采购，加大内部控制力度

食材质量管控

(1) 食堂采购的食材依据《劲牌公司食堂食材入库验收标准》执行质量控制。所有食材须通过检测中心理化指标检测合格方能收货，验收人员对各类食材进行质量把关，对不符合验收标准的食材予以退换货，并计入不合格记录。

(2) 食堂采购食材在理化指标控制上比市面上销售的普通食材严格，总体上食堂采购食材的质量等级略高于市场同价位食材标准。同时，为避免出现质量过剩情况，定期对验收标准进行分析评估，2019年2月及2020年3月分别对食堂食材入库验收标准进行了修订，明确各类食材使用质量等级（如蔬菜使用无公害蔬菜及以上等级），调整部分质量过剩标准（如鸡蛋尺寸标准、鱼类个头限制等），使各类食材质量等级更加适度、合理。

(3) 关于食材质量的全程追溯，一是对各直供商不定期现场抽查检核，重点检查种养殖基地有机肥、饲料、防疫药品等的合理使用，生产现场及仓库的卫生及工作人员的健康状况。二是对批发商重点检核经营资质、食材来源、人员健康、食材质量合格证书等。结合检测部门对食材的理化指标检测和食堂执行的严格验收标准，多措并举，基本可实现对供应食材的质量追溯。

食材采购模式

目前公司食材供应商共计39家（含毛铺酒厂），采购形式分为两类。其中，一类为直供供应商（有种养殖基地或加工场所），包括本地蔬菜、猪牛羊肉、土鸡蛋、部分

水产品、粉面、豆制品等，共19家；另一类为非直供供应商（批发商），包括蔬菜、水果、鱼禽类、干货、粮油副食类等，共20家。

食材供应商管理

(1) 日常对供应商食材质量管理、安全管理、现场管理等进行现场检核，重点检核供方货源渠道质量控制情况、仓库卫生情况、库存的质保安全、配送过程管控等方面，并督促供应商对现场检核发现的问题限期整改。

(2) 每月对供应商工作完成情况进行考核评估，考核内容包含产品安全、质量、价格合理性、送货及时性、服务意识等。

(3) 持续开展供应商淘汰、优化工作，根据日常检核及工作履行评价结果，对不合格供应商实施淘汰。

8.8.3 营养配餐工作

● 使用控油控盐等计量工具，减少油盐摄入量

食堂员工厅指定专人记录每月油盐购买量和使用量以及每日用餐人数，计算每人每天油盐摄入量。并通过各项管控措施减少了油、盐的使用量（使用控油壶计量工具）。目前人均油盐用量控制在推荐量范围内。

● 建立公司食堂员工厅和贵宾厅菜品标准

结合中国居民膳食指南，食堂优化了菜品标准，减少荤菜中肉类食材比例，增加了白肉菜品数量。同时取消油炸等不健康菜品标准。

● 优化各类主食和菜品，坚持粗细搭配、荤素搭配膳食多样化原则

结合中国居民膳食指南，食堂逐步优化了各类主食和菜品，实现主食的粗细搭配，将纯白米饭调整为玉米粒饭，并针对三高人群提供有燕麦饭、杂豆饭、苦荞饭、三色饭等；同时对菜品进行了优化，在荤菜的主料中大量搭配了蔬菜和瓜果类辅料，增大蔬菜在整个菜肴中所占比例，以充分发挥蔬菜的营养作用以及实现食物的多样化。早餐提供奶豆类，中餐提供新鲜水果。倡导员工多吃蔬果、奶类、大豆。在烹饪过程中确保每道菜品烧熟煮透。

● 科学合理设计早、中、晚餐营养食谱

结合科学的营养搭配，设计更加合理的中、晚餐营养食谱。定制早餐搭配原则，即：谷类能量、蛋白营养（豆蛋奶结合）、餐餐蔬菜、减少油炸类食品。中餐四菜一汤，晚餐三菜一汤，坚持营养均衡，以荤素搭配、颜色搭配、营养互补为搭配原则，在荤菜类

菜品安排上优先选择鱼类和禽类，合理食用动物性食物。

● 自制面包、蛋糕类，丰富员工夜宵品种

取消原外购的夜宵干粮（面包、饼干），由总部食堂白案厨师制作，以面包、蛋糕、桃酥等点心为主，为员工提供新鲜、安全的、不添加任何防腐剂的食品，并在外包装上标注生产日期、有效期以及含糖量等。

● 完成养生知识氛围布置工作

（1）根据中国居民膳食指南及公司食堂饮食特点，利用张贴看板、海报、电视屏幕等宣传合理膳食、吃动平衡等健康生活方式宣传。（2）食堂内有可自由取阅的健康生活方式宣传资料。（3）在食堂内设有健康自测区域，配备基本的健康自测设备，体重秤等。

● 完成每日每餐供应食品的科学取食量标识

根据早、中餐每份菜品标准测算出营养含量和取食参考量，并制作具体实物示范图，以指导员工结合自身身体状况合理取食。并在每道菜谱上标注食用功效。

8.8.4 养生知识、安全知识等培训常态化开展

1) 定期组织员工开展健康养生知识培训。根据养生餐厅打造要求，组织食堂员工开展专题培训，并结合培训内容开展常态化养生知识测试。确保员工理论知识逐步提升并用于实践。

2) 定期推送营养知识。建立定期向公司员工推送营养知识的机制，每月通过企业邮箱每月推送四期养生知识，以教育和引导员工科学、合理膳食。

3) 定期向生产厂提供营养及健康饮食等知识。对接生产厂综合管理部，由生产厂综合管理部门组织各车间在培训会或班前班会予以宣导，引导基层员工重视个人健康管理。

4) 从业人员开展技能培训等。在食堂工作人员中常态化开张业务技能培训，组织食品安全培训、日常设备操作规程、消防安全、应急预案等知识培训，并定期对食品安全及操作规范进行考核。

8.8.5 建立健全管理制度

食堂管理人员按时检查核对《食品卫生许可证》、个人健康证等证件并及时按照规定年审、年检。定时组织食堂人员体检尤其是新增人员的体检，将健康证复印件张贴在公示栏。将《餐饮业食品卫生管理办法》的管理规定张贴上墙并有效执行，接受相关部门的监督检查。

9.1 劲酒健康跑中国·520劲粉节

劲酒健康跑中国项目旨在响应全民健身的国家长期战略，满足疫情时代消费者对健身的社会需求，围绕劲酒用户人群开展的运动社群互动活动，在传递品牌价值主张、923物理属性的同时，不断成为市场用户蓄水与运维互动的重要方式。

当前活动已开展两年时间，2022年度海口、福州、武汉、合肥等重要城市策划落地4场次，同步整合咕咚专业运动平台开展线上赛，并配套咕咚站内资源及其他头部媒体矩阵联手打造传播大事件，提高活动及劲酒品牌影响力，4场活动线下参与人数8044人、线上参赛人数113.30万人、活动曝光超8亿、互动超1600万。同步组织全国市场联动开展共享主题、共享传播资源的百城跑活动，承接大型活动热度，并不断提升活动传播的深度与广度，为劲酒用户运维工作赋能。累计组织百城跑活动超800场，参与人数超10.82万人。



9.1.1 厦门市场百城联动跑

厦门市场依托总部劲酒健康跑中国活动框架策略，积极发散思维，充分整合政府资源共同打造劲跑团健康IP，联合组织开展了厦门市六区联跑活动，充分激活六大区跑团资源，同时通过活动不断下沉至岛外各区，提升了劲跑团影响力，并开展了产品复合推广。六区联跑活动于2022年6月获厦门市社群体育活动中三等奖，奖金6万元。同时活动通过公益慈善加持进一步提升了参与人员的积极性与价值感，促进了品牌势能提升。



9.1.2 劲酒健康跑中国.520劲粉节

5月，第二届劲粉节以“打卡劲生活，一起向美好”为活动主题，线上依托“劲友家”粉丝社区打造健康生活打卡平台，并邀请明星吴京为活动发起人，号召劲酒粉丝健康饮酒、健康生活；线下联动全国多地集中开展劲粉健康跑、老友会等活动，传

递积极向上的生活态度及健康、正能量的品牌理念，持续打造520劲粉节这一用户经营IP。

活动期间，共有26万用户参与健康打卡活动，28万人报名参与线上劲粉健康跑挑战赛；线下全国共开展375场健康跑活动，1909场结合劲粉节主题的其他活动，活动参与人数超过13万人。



9.1.3 江西市场520劲粉节“劲在明月山”活动

江西市场结合地域特色与国家级风景区“明月山”展开异业合作，联动开展劲粉互动活动。活动将明月山健康之旅、健康大讲堂、明月长桌宴、时光音乐节等元素融合，活动形式丰富，体验感好，同时通过网红直播、企微信群等社交平台，在本地和劲粉圈层形成了较好的口碑。



9.1.4 陕宁市场“劲粉节喝劲酒赢庄园游”活动

陕宁市场依托当地枸杞庄园特色优势，围绕“劲粉节喝劲酒赢庄园游”这一核心主题，通过联合终端氛围布置、社群&社团挖掘开拓、主活动嵌入社区等多种渠道发力，实现活动声量、品牌传播及基础客群认知的全面提升。活动覆盖陕宁10城，最终吸引

8396名劲粉参与其中，持续参与健康打卡人数超过8成。



9.2 劲酒秋冬美食·春节带中国劲酒回家

秋冬美食项目是围绕一条能够吸引消费者广泛参与、乐于参与的活动主线并设置相应门槛，以知晓传播、销售转化、人群拉新沉淀等为目的，借助多样化的工具进行典型美食场景配劲酒的利益点的输出，以进一步强化劲酒场景标配打造并为市场销售转化赋能，实现品效合一，同时通过不断的积累与沉淀，最终通过消费提示即可实现场景唤醒并促进销售转化。

2022年秋冬美食项目，通过h5互动参与人数201.74万人、产品销售391.29万瓶、销售金额（厂价）4175万元、后台募新144.38万人，活动曝光达6.58亿次、互动超1081.56万。

9.2.1 典型案例

(1) 上海办组织市场针对秋冬美食活动，“线上+线下”组合式加强家庭消费场景打造，线上开展以“螃蟹配劲酒 温凉互补好搭档”为主题的家庭美食评选活动，促进消费者螃蟹配劲酒习惯培养的同时，借助其口碑传播和带头示范，不断扩大活动宣传和消费者参与；线下做好社区农贸市场推广活动，拓展社区周边生活圈，通过专项主题活动氛围布置和场地搭建，加强活动宣传和消费者互动参与，同时做好消费者扫码活动参与和螃蟹配劲酒利益点传播。

(2) 江苏办将美食中局活动下沉至家庭营销推广，区域内各市场线下联合社区家庭会员店开展推广活动，同步在社区内开展落地活动，发动物业在业主群发布螃蟹配劲酒活动，现场邀请小区居民参与“螃蟹配劲酒”小程序互动，对活动现场购酒人员及时建档，并邀请有饮酒习惯的小区居民参与健康饮酒打卡，同时鼓励消费者转发朋友圈进行二次传播活动，现场收集消费者饮后感受、建议等，通过产品知识讲解，让更

多的消费者了解劲酒，增加劲酒利益点知晓度；线上开展针对消费者及社区周边终端店主的美食评选，开展劲选美食，进一步强化家庭消费场景的消费者教育。



9.2.2 劲酒春节营销活动

12月，劲酒2023年春节营销活动以品效合一、健康IP的打造为核心目标。在传播方面，以“健康中国年 带劲酒回家”为主题，借势“吴京”形象，创作微电影(含吴京形象)，设计春节吴京形象贺岁卡、提袋等物料，通过围绕“健康”、“回家”关键词策划话题，逐年积累，打造劲酒健康年的认知。在推广方面，依托劲友家小程序，以“一瓶一码”为载体，打通产品与消费者的链接，设置用户互动活动（消费者购买劲酒后扫码参与互动），通过线上传播及推广赋能，线下全面落地执行，总区联动，促进和提升产品销售，实现品效合一。



9.3 毛铺和文化录·毛铺中国草本和宴

毛铺·中国草本和宴项目旨在通过与毛铺养粉会员、政商人群、协会领导等毛铺核心目标人群的沟通互动，进一步强化毛铺品牌与其粘性，不断提升品牌在区域的知名度、活跃度及流行度，同时促进人群募新转化及场景内的品效合一，同时将其打造成为毛铺草本养酒品牌大型品鉴会IP活动。2022年度相继启动长沙、厦门、三亚、合肥、苏州、杭州、郑州共7站活动。活动总参与嘉宾超1400人，促进团购转化金额655.88万元，同时整合多家新闻媒体及自媒体大号进行了线上传播，整体曝光量超7150.64万次，互动量超109.7万次。

【典型案例】毛铺·中国草本和宴（苏州站）活动

2022年8月20日，公司在苏州组织开展了开展毛铺·中国草本和宴活动，围绕着人群社会地位、对毛铺文化认可度等，精准邀请毛铺养粉及经销商伙伴等累计200余人参与现场活动，促进团购转化金额131.83万元。苏州站活动利用7个自媒体大号资源进行线上传播，累计阅读量超134万次，互动量超4.5万次。苏州站活动期间“抗氧化实验”环节，品牌大使周晓敏邀请苏州市中西医结合医院王德勇主任作为专家嘉宾上台共同演示，在实验结束后，王主任通过医生专业的角度对毛铺紫养酒的抗氧化性进行了解读，再次凸显毛铺紫养酒的健康内涵。同时苏州站活动增加了草本年份酒宣讲环节，邀请区域营销总监现场宣讲毛铺草本年份酒利益点，同时进行招商宣传，为草本年份酒招商赋能。

9.4 毛铺草本年份酒上市发布会

5月28日，以“草本时代，和耀未来”为主题的中国和文化论坛暨毛铺草本年份酒上市发布会，在武汉知音号游轮隆重举行。

中国工程院院士李培根，湖北省文联名誉主席熊召政，黄石市市长吴之凌，湖北省楚商联合会执行会长刘宝林，武汉市黄石商会会长吴文刚等相关领导和嘉宾，劲牌有限公司董事长吴少勋、总裁王楠波及相关公司领导，受主办方武汉市黄石商会之邀莅临现场，感受“和而不同”的中国和文化，探讨健康产业新发展，中国酒业协会理事长宋书玉，湖北省楚商联合会会长陈东升则通过视频的形式，与参会嘉宾共同见证了毛铺草本年份酒上市发布的盛况。



9.5 劲牌携两大新品亮相第106届糖酒会

2022年11月10日，第106届全国糖酒商品交易会在成都开幕。本届展会首次采用“一城双馆”模式举办，同时使用西博城和世纪城新会展中心全部可用室内展馆办展，吸引了超过5000家国内外知名食品和酒类企业参展。作为保健



酒行业的引领者，劲牌公司携劲牌养生一号、毛铺草本年份酒等高端产品重磅亮相，继续推进中国酒业健康探索新高度。

9.6 持正堂药业亮相第四届大健康博览会

2022年8月5日-7日，第四届世界大健康博览会在武汉国际博览中心举行，劲牌有限公司总裁王楠波，劲牌持正堂药业董事长、总经理李清安一行携公司旗下保健酒、健康白酒及中药配方颗粒三大核心业务隆重参展。

在2022世界大健康博览会的欢迎晚宴上，劲牌有限公司总裁王楠波亲切致辞，他表示劲牌愿与各企业携手同行，秉承“健康人类，永无止境”的理念，为实现健康中国的目标贡献自己的一份力量。同时真诚期待在世界大健康博览会的平台上，与各位专家、企业家深化交流合作，促进大健康事业健康可持续发展，满足人民群众日益增长的健康生活需求，携手共创中国大健康产业的美好未来。



9.7 劲酒特约赞助年度缉毒大剧《冰雨火》

2022年8月11日，反映新时代禁毒人民战争的现实题材剧《冰雨火》在优酷平台播出，该剧由傅东育任总导演，陈晓、王一博、王劲松、刘奕君等人主演，一经播出，便迎来如潮好评。中国劲酒作为该剧酒类官方唯一合作伙伴，在剧中以道具、情节植入等创意展现形式实现品牌曝光，同时在电视剧热播期间，以#雷霆扫毒，劲情守护#为主题，结合剧情卡段等精彩内容进行二次创作，致敬守护人民健康和生活安宁的缉毒英雄，向广大消费者传递阳光健康、正能量的生活方式。



- ◎ 1953年10月，大冶县新建酒厂（劲牌有限公司前身）创建。
- ◎ 1957年7月，大冶县新建酒厂正式更名为“大冶县地方国营酒厂”，并重新选址，扩大生产。同年9月，酒厂在金牛街南街建立生产分厂一个，厂名为“大冶县金牛综合厂”。
- ◎ 三年自然灾害和经济困难时期，酒厂尝试用野树果和干苕片酿酒。
- ◎ 1978年，酒厂开始试制滋补酒和低度配制酒，研制出了红茶菌酒、莲桂补酒等系列产品，从此走上了传承养生草本酒的道路。
- ◎ 1981年，酒厂研发出第一款滋补酒——莲桂补酒。
- ◎ 1982年，酒厂在生产莲桂补酒的基础上，采用清代《安乐铭》一书中的“神仙长寿酒”秘方，研制成“长寿酒”。同年10月12日，长寿酒获批开始销售，除国内市场外，还远销至新加坡、泰国、马来西亚等地，并获得了一致认可，后为适应东南亚当地风俗，长寿酒更名为御品酒。
- ◎ 1983年3月22日，为了扩大对外业务往来，酒厂在省、市、县外贸局的支持下，报请县人民政府批准，更名为“大冶县御品酒厂”。
- ◎ 1984年2月，酒厂和中国曹雪芹研究会合作，共同研制宫廷“红酒”系列产品。同年8月，曹府莲花白与芙蓉玉液酒研制成功。之后，酒厂相继研制出“红楼梦”系列滋补酒：皇宫玉液、皇宫酒、御花园酒、大观园酒、红楼琼酿、枸杞酒等。
- ◎ 1988年春季广交会后，酒厂收到湖北省进出口总公司、黄石市外贸局转来的马来西亚华裔李学理先生定制“中国劲酒”的订单。其后，厂长吴少勋组织6位名老中医对组方进行验证，并多次改良组方。
- ◎ 1989年10月，劲牌在传承中药业文化的基础上，经多次组方，研制出中国劲酒。
- ◎ 1989年12月，酒厂更名为“湖北省皇宫酒厂”。自此，劲牌有限公司走上差异化发展道路，开创出保健酒新品类。
- ◎ 1993年，开发了第二代中国劲酒，同时开始在央视投放“劲酒虽好，可不要贪杯哟”广告片。

- ◎ 1994年12月，厂名变更为“湖北劲酒厂”。
- ◎ 1997年，125ml“小方劲”出世。
- ◎ 1997年、1998年期间，劲牌公司历经两次改制，1997年7月变更为“湖北劲牌酒业有限公司”，12月组建“湖北劲牌(集团)有限公司”，最终确定为民营企业，并于2001年4月更名为“劲牌有限公司”。
- ◎ 2005年7月13日，劲牌有限公司通过了保健食品GMP认证。
- ◎ 2006年3月4日，湖北省博士后劲牌有限公司产业基地正式揭牌成立。
- ◎ 2008年9月，劲牌有限公司检测中心首次通过国家实验室认可，成为国内保健酒行业首家通过国家认可的实验室。
- ◎ 2009年9月，劲牌有限公司中药数字提取车间正式投产，并顺利通过科技部中药现代化科技产业基地验收。
- ◎ 2010年11月，国内首家“保健酒工程技术研究中心”在劲牌有限公司成立。
- ◎ 2011年，劲牌公司兴建起总面积930亩全国最大的清香型白酒酿造基地。同年，自主研发的清香型白酒新工艺投入使用。
- ◎ 2011年，劲牌全资子公司持正堂药业有限公司成立，致力于在保健食品、植物提取物、中药配方颗粒等高新健康领域开拓发力。
- ◎ 2012年，劲牌有限公司建成中国最大、最先进的保健酒生产基地。
- ◎ 2013年，劲牌有限公司在《抗酒精性肝损伤的护肝白酒及其生产工艺》《一种有降血脂功能的苦荞酒制备方法》两项专利技术基础上，推出毛铺苦荞酒。
- ◎ 2015年，劲牌有限公司科研成果“基于活性成分中药质量控制新技术及在药材等中的应用”获“国家科技进步奖二等奖”。
- ◎ 2017年，劲牌有限公司跨入中国酒业百亿俱乐部，成为中国白酒“158计划”示范企业。

- ◎ 2020年，劲牌有限公司调整自身产品结构，拥有中国劲酒、毛铺酒、持正堂三大品牌业务，并对产品品牌进行焕新升级。
- ◎ 2021年2月，劲牌有限公司被党中央和国务院授予“全国脱贫攻坚先进集体”荣誉称号。
- ◎ 2021年12月，劲牌有限公司被中国质量协会授予“全国质量奖·组织奖”荣誉称号。
- ◎ 2022年12月，劲牌持正堂药业有限公司技术中心被认定为“国家级企业技术中心”。



《劲牌公司1953-2022年企业社会责任报告》

 湖北省大冶市大冶大道169号

 400-677-1988

 <http://news.jingpai.com/>