



今日茅台俯瞰

国酒茅台：一条温婉而磅礴的河流

——茅台金奖百年厚积人文气质

■金仕剑

【编者按】

在1915年举办的首届巴拿马太平洋万国博览会上，一大批来自神秘东方国度的产品获奖，让他受苦难的中国大放异彩。由中国政府选送的茅台酒香溢四方一举夺魁，世界向中国投来惊讶、赞叹的目光。关于茅台酒的百年佳话，自此掀开耀眼的序幕。1915年到2015年的百年之间，曾在巴拿马万国博览会风光无限的诸多产品，能在岁月的风浪中于不倒者寥寥，太多的获奖产品渐渐沉寂下去，有的甚至从此悄无声息，令人慨叹。而茅台却骄傲屹立到现在，并以其朗朗笑声吸引世界，激荡时代。

风雨洗礼，跌宕起伏，茅台人承受太多的艰难。当市场经济大潮涌来，一脉相承的仍然是茅台人的执着坚守。这份情怀，折射出民族道义的勇气担当。特别是1998年后的创新发展，近年来的逆势而为，茅台依然独占中国酒业鳌头。

历经千年的茅台之所以能在竞争环境日益激烈的当下挺立于潮头，除了独特神秘的酿造环境，更在于茅台人对传统工艺的坚守，对山河大地的敬畏，对社会责任担当的担当。企业的文化气质和涵养，在这样深沉的民族情怀引领催化下积淀和绽放。正因为如此，百年风雨王者依然！茅台的浓郁芳香从远古而来。这条流淌千年的民族酿造历史河流至今鲜活而生动、温婉而磅礴，凝结成一种超越民族的人类智慧，弥散天下。百年前茅台获国际金奖不易，而让茅台不断壮大成为今天享誉全球、令国人骄傲的民族品牌，更加不易！百年的钟声清脆可闻，以人文气质解读茅台所代表的中国之酿，是一份礼物的呈奉，更是对中华文化的一种敬仰。



今天，我们纪念茅台酒荣获巴拿马金奖一百周年，不仅是为茅台这面民族工业的旗帜点赞，亦是为我们民族品牌百年风雨昂首前行高唱颂歌。

扎根大地：尊崇传统工艺的人文情韵

贵州高原，莽莽群山。深切的赤水河谷，是茅台集团的所在。

与海拔仅423米洼地相映成趣的是，“茅台现象”让这里成为人们关注的精神高地与财富高地。

茅台酒漂洋过海，乃尊崇传统工艺的人文情韵所致。让贵州茅台酒成为世界蒸馏酒第一品牌，一直以来是每一代茅台人的梦想，至少在100年前的巴拿马万国博览会上酒香弥漫的那一霎那，就已经点燃了梦想；面对这顶沉甸甸的桂冠，新中国成立后的国营茅台酒厂人感到重任在肩，因为那是一种对于传统工艺如何继承的考量，一种与民族工业兴起的期待。

在中国白酒不断冲击国际市场的数十年里，以贵州茅台集团为代表的名优企业创造了发展和崛起的传奇，成为中国白酒与洋酒的竞争中打造国际品牌的主要引擎。中国白酒走向世界有了梦想的支点。茅台酒在国内外几十个国家的营销网店，芳香四溢。

当人们从令人眼花缭乱的工业流程中感到现代制造的“速生不知味”时，对传统工艺的期盼，促成了“人与自然原本就是一体”的心理回归。自然的，就是高品质的。老子曰：“人法地，地法天，天法道，道法自然。”依靠独特传统工艺和特殊生态环境独步天下的茅台佳酿，高度切合这一消费向往和生活追求。

奔流汹涌的赤水河造就了河谷地带的特殊地理环境，这让茅台镇的微生物群千百年来生生不息。茅台工艺循天时而作，采地利而集，是赤水河流域先民尊重自然规律与环境和谐发展的产物。茅台酒的功成名就，一个原因就是坚定继承了特殊的传统酿造工艺。为了保持茅台酒的品质，国家层面的重大科研课题将其纳入计划，国家战略意识和民族文化品牌尽显其中。

传统工艺是经验的积淀、品质的卡尺，茅台人对此严格遵循，才使得产品质量得到确保。而生产管理方式，则是在充分科学论证的基础上创新形成的。经典技艺与管理手段的有机结合，茅台酒不想获得巨大的发展空间都难。

当年，老一辈党和国家领导人的夙愿是茅台酒能实现年产量万吨。光阴转瞬，2003年这一夙愿得以实现。从1951年的区区数十吨到万吨，茅台人用了40多年的时间。万吨不是简单的数量叠加，而是茅台人坚持以传

统工艺打造品牌的执着之举。茅台人坚持极其考究而复杂的传统工艺，确保每一瓶出厂产品都无愧于世界最好的蒸馏酒之誉，这是茅台酒的价值底线。万吨不是奇迹，价值底线才能保证根脉和气息不绝于千古。这是历代茅台人都铭记在心的“人文之道”。

为了这个“人文之道”，茅台人面临一次次艰难的抉择。也正是在这样一次次自我博弈的过程中，使得茅台人更趋坚定和坦然——法天、法地、法自然，这原本就是茅台酒的成功天机，何其打破！

有人曾劝茅台人不要高温取酒，因为那样产量会大幅提高。茅台人谢绝这一好意，因为茅台人知道，那样有违茅台酒的酿造工艺法则。试想，如果打破这个法则，那么在取酒过程中，就不存在对传统工艺的尊重，也不存在什么价值底线。世界无数百年品牌，能够历经风雨而不改容颜，就是因为对工艺的一以贯之，对名节的一如既往。

社会的尊重，实际上就是一种认可。市场经济条件下，认可就是通行证。只有随时看到头顶悬着的达克摩克利斯之剑，才有可能做出正确的抉择。

面对茅台酒这份珍贵的国家非物质文化遗产，如何在传承中创新，保有其生态文明价值，是茅台集团持之以恒的不懈追求。唯有如此，才能涵养茅台酒持续奔流的原始动力，获得可持续发展。

茅台酒在中国白酒市场乃至世界白酒市场拥有毋庸置疑的影响力。1915年荣获巴拿马万国博览会金奖以来，先后17次荣获国际大奖。特别是通过近10年来的持续耕耘，茅台酒品质、品牌、文化的影响力在中国白酒高端行业处于顶尖地位，国酒地位更加巩固，当之无愧成为国内白酒第一品牌。无论是从股票市值、单支品牌销量、销售收入、实现利税、上缴税金、人均利税等主要经济指标来看，均超越了主要竞争对手，处于白酒行业第一的位置。公司股票价格长期处于深沪两市第一高价股地位，总市值超过2500亿元。

今天的中国茅台，已充满自信地傲立世界三大蒸馏酒之列，成为一张飘香的国家名片。

在茅台人不可颠覆的自然逻辑里，如果把把这些成就比作果实，那么，传统工艺就是树根。根繁与叶茂，从来就是一个整体。

山河敬畏：固守生态发展的人文景致

在茅台镇地段的赤水河畔，四处弥漫着浓郁的中国酱香。这种酒香，成了茅台酒厂的识别符号。

这里没有冒着黑烟的高耸烟囱，没有呛人的烟尘气味，只有醉人心脾的酒香。长期秉持的生态发展理念，使得茅台这个强大的经

济体在强调生态环保的当下，成为一道炫目的风景。

没有生态，谈何道法自然！深谙生态发展之道的茅台人，历来注重环保，积极研发新技术并开创新模式，在降低能耗的同时，也极大地延伸了整个茅台的产业链。

茅台酒厂的发展目标是“千亿集团”。实现这一目标需要稳步扩大产能。从上市之初的8610吨，到2012年的4.28万吨，再到2015年的4.5万吨，这个上升过程，折射出茅台酒厂巨大的环境压力。

长袖善舞的茅台人采用循环经济的方法，下大力解决环境压力这个难题。统计数据表明，近年来，茅台投资数十亿元打造了循环经济工业园区。2009年“茅台循环经济”二合园区301厂开工，2012年又启动“茅台循环经济科技示范园”厂园区的建设。而循环经济园区的建成，有望对茅台废弃酒糟进行无害化的综合利用，从而完善茅台的产业链，并调整了其产业结构。通过环保技术的创新，茅台酒厂目前已经可以应用翻砂和碎砂生产工艺，对酒糟进行处理并作为中低档白酒的原料，填补了茅台产品线的“腰部”空白。此外，酒糟还可以被加工成保健产品甚至化学有机肥，反哺茅台酒的高粱、小麦等原料。

整个园区建成后，单位产品综合能耗降幅将会超过10%，冷却水重复利用率达80%以上，酒糟资源化综合利用率达到100%，大大提升清洁生产水平。除此之外，在包装材料和喷印油墨的环保化创新方面，茅台也下了很多功夫并实现了技术突破。

“生态立企”这一发展战略，使推动低碳增长、绿色发展、循环提高，努力实现速度、质量、环境和效益的协调发展成为可能。茅台企业所具的5大核心竞争力，其中之一就是生态环保。在市场竞争日趋激烈的当下，唯有把生态环保与企业战略紧密结合、践行落地，才会处于上风上水。

贵州茅台集团董事长、贵州茅台酒股份有限公司董事长袁仁国曾在《珍惜绿色生命线》一文中这样理解“生态立企”：对环境、生态建设的重视与参与，被贵州茅台一直当作履行企业社会责任的核心任务，具体措施则包括“打造循环经济、低碳经济、绿色经济，推行清洁生产”等。

近十多年的发展历程，茅台一直依靠“厂区建设”和“生态环境建设”两条腿走路。从2008年到2012年，茅台共投入5.41亿元用于生态环保建设。收益显而易见——茅台酒的生产综合能耗年均下降3%左右，为企业节约了大量成本。更为重要的是，茅台由此形成了高效节能的绿色生产模式，实现了企业的可持续发展。

本世纪初，茅台正式提出了“绿色茅台”的发展目标，并开始投入大量资金用于厂区环境治理、废水处理站、垃圾处理场、废气废水在线监测系统、新老厂区污水综合治理管

网等，都在显现茅台人践行生态立企的发展理念。

2014年茅台集团庄严承诺：从2014年起连续10年累计捐赠5亿元人民币，用于赤水河流域生态环境保护。

“草树知春不久归，百般红紫斗芳菲。”在茅台酒厂流连，古人诗句里的优美景致无处不在。这个景致，直观地表达了茅台人的生态环保情怀，“道法自然”的诠释，随四季之风弥漫于赤水河谷。

传统技艺、生态发展和社会责任，构成了茅台酒的尊贵人文气质，在风云激荡的市场大潮面前，显示出的是内敛与活跃交织、豪放与大气相间的胸怀。温柔的内心，豪放的姿态，艳丽的呈现，风情各异的画面频闪之间，是那份撩拨心灵的高雅气度。这个气度闪耀着一个鲜明的证果：佳酿不是单纯靠绝活、绝招、绝技、绝色成为王者，它的强大存在，既有客观自然条件支撑的必然因素，更有文化因子浸透骨髓的努力。

良知不言：秉持社会责任的人文关怀

国家大事面前，茅台人勇担社会责任，尽显国家情怀，其心其举，深得社会广泛肯定。

长期以来，茅台集团一直在公益的道路上稳步前行。

慈善之心与公益之举，最能体现“大家”风范的人文关照。茅台集团虽身处偏僻的赤水河畔，但其爱心如同佳酿陈香那样已逾越千山万水，生发出国酒文化的耀眼光泽。这就是茅台人秉承“天贵人和、厚德致远”的核心价值观念所致。

深究其因，人们发现，茅台集团长期以来一直把企业社会责任理念和要求融入经营管理体系，纳入企业发展战略规划，始终把振兴传统产业、光大民族品牌作为己任，积极履行社会责任，倾力支持公益事业，用行动践行使命，以奉献诠释情怀，开辟了一条独具茅台特色的企业可持续发展道路，成为贵州乃至全国最有爱心和最具社会责任的企业之一。

翻开这些年中国的公益史册，茅台集团的身影随处可见——

在鲁甸地震灾区、雅安地震灾区、汶川地震灾区、玉树地震灾区、西南大旱灾区，茅台集团谱写出一曲帮助当地恢复生产、重建家园的人文交响诗；出资2.66亿元设立的残疾人保障基金、慈善基金、见义勇为基金、“心基金”等，弹奏出情意绵绵的动人乐章；发起的“小字典·大民生”活动，催动150万西部贫困地区小学生更加孜孜以求；援建百所“国酒茅台·希望食堂”，开展“习酒，我的大学”捐助活动，成为共和国新世纪征程的温暖记忆……

从2012年开始，茅台启动了以“国酒茅

台·国之栋梁——2012希望工程圆梦行动”，每年捐资1亿元，按每人5000元的标准对来自全国31个省（区、市）及新疆生产建设兵团的2万名经济困难、品学兼优的贫困大学生进行资助。迄今，茅台已捐资3亿元帮助了6万名寒门学子圆了进入大学的梦想。

全国青基会负责人无不感慨：茅台“国之栋梁”的捐款是希望工程实施以来一次性捐款数额最高、受助大学生数量最多、覆盖面最广的公益活动。

仅从“十一五”以来，茅台集团至今累计投入各种公益事业12亿元。

这不仅是一个数据，更是一种承诺。因为有爱，所以慈善无疆。

义无反顾地履行社会责任，已成茅台人一种自觉意识和行动，一个个具体行动的后面，是一张张幸福的笑脸。茅台人在公益行动中体现出的团结互助、扶贫济困的关爱精神，乐善好施、感恩奉献的人文精神，在企业社会责任已经成为企业核心竞争力的重要构成部分的当下，茅台无疑获得了更多的尊重。

就像茅台集团领导人所说的那样：在白酒行业进入深度调整期的当下，茅台集团在改革进程中承担更多社会责任，不断升华中华商业道德，锻造中国民族工业品牌脊梁，携手更多的企业，有勇于担当、乐于分享的胸怀，不断学习并保持高质量的增长模式，为国家发展、社会进步贡献更多的力量，不断向伟大企业的目标迈进。

塑造优秀企业公民形象，这在茅台集团已是实实在在的具体动作。没有口号，只有行动，茅台人的务实精神，在时间和历史的检阅中得到了准确映照。

社会责任何止爱心彰显。建设企业道德体系和“绿色供应链”；重视产品质量和食品安全；倡导建立和维护行业公平竞争环境，和行业内外所有企业共同推动白酒产业的健康发展；坚持“行动换取心动，超值体现价值”的服务理念；坚持用国酒文化引导经销商，形成“合作共赢，责任共担”理念；实施工业反哺农业，促进当地农民增收，带动地方第三产业发展；节能减排，持续密切关注赤水河流域及国酒酿造核心区生态环境状况等，点点滴滴，是茅台人对于“社会责任”这个词的温情解读。

作为我国慈善领域最高规格政府奖——国家民政部“中华慈善奖”的“最具爱心捐赠企业奖”获得者，茅台的企业公民形象，已成飘散全球的国酒香不可分离的组成部分。茅台一直倡导“大品牌有大担当”，茅台人深知，创造价值、履行责任，是每一个企业公民应尽的义务，需要脚踏实地从具体细节做起，而非短时间的跨越增长，或者偶尔的慈善作秀。

一个品牌人文气质的彰显，人文精神的传递，绝不只在在一时一事，而在于无声处的常态流露。这就是百年茅台。

