

做足酒文章 扩大酒天地

茅台集团拥抱实体经济发展新时代

茅台集团作为贵州实体经济领军企业,承担着开创多彩贵州新未来的重大历史责任,我们深感使命光荣、责任重大。党的十九大闭幕不久,贵州省委领导专门听取茅台集团工作汇报,并就茅台发展方向和目标作出了重要指示。他强调,茅台要“做足酒文章,扩大酒天地”。这一重要指示,既有战略方向,又有路径方法,完全符合茅台实际,使茅台能够更好地处理好“主业”与“他业”的关系,更为准确地把握未来的发展战略、发展目标、发展措施与发展路径。全面落实省委领导的重要指示,是茅台今后一段时期的重要任务。

11月22日,贵州省委领导在全省第二次项目建设现场观摩总结会议中指出,要深刻认识新时代新要求,以强烈的新时代意识,把握好新时代的新要求。深入学习领会党的十九大报告对经济工作提出的要求,把握好新发展理念、“三大变革”“六大任务”,把发展经济的着力点放在实体经济上,更好地推动全省经济持续健康较快发展。

深入学习宣传贯彻党的十九大精神,对照省委领导对贵州经济工作的要求,茅台一定要按照“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局,坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”五大理念,以“做足酒文章,扩大酒天地”为指引,瞄准目标,倍加努力,为贵州的经济发展、社会进步作出更大贡献。

审时度势 科学调整规划

做足酒文章,扩大酒天地,茅台将全局观瞻,科学研判、应时而动,坚定推进传统制造业升级,提升、丰富产业链价值,培育强大的内生性动力。

做足酒文章,扩大酒天地,茅台将抢抓历史机遇,以更高的站位壮大主业,做优主业、做久主业,为茅台下一个百年开启新的航程。

要以新发展理念为指挥棒,坚持“一看三打造”战略目标,根据“做足酒文章,扩大酒天地”战略要求,按照“专注实业、优化供给、转型升级”思路,以全局视野,从实际出发,加强国有企业在新时代新形势下的战略研究,对“十三五”规划进行中期调整,坚定推进价值创新战略,推动茅台内涵式发展。合理规划“十三五”茅台酒及系列酒产能和市场规模。到2020年,白酒产量达到12万吨,其中茅台酒5万吨,集团整体收入跨入千亿级企业行列,到2023年,把茅台培育成为具有全球竞争力、受人尊敬的世界一流企业。

专注实业 做足酒文章

做足酒文章,扩大酒天地,这是茅台未来发展的重心,必须始终如一,不发生偏移。

茅台是贵州白酒业的代表,茅台的成长,绝大部分来自于酒;茅台的品牌声誉,也绝大部分植根于酒。不夸张地说,酒这个主业,事关茅台发展的生命线,也是需要牢固坚守的主阵地。

65年前建厂之初,茅台的全部家底只有4000平方米旧厂房,39名职工,41个窖池,5口甬子,11盘石磨,年产量五六千吨。65年过去,在经历了工业化、市场化以及全球化的洗礼之后,茅台已建成世界上最大的酿酒企业,厂区占地15.03平方公里,拥有制酒厂房164栋、库房200多栋。围绕酿酒主业,茅台在金融、贸易、物流、包装、农业、旅游等相关多元化产业的布局日益完善。

2017年,茅台全年销售收入预计将突破600亿元,利润可达300亿元,上缴税收可达200亿元,将完成一份历史上一流的成绩单。今年,茅台股票市值最高突破9000亿元,成为全球市值第一的酒类企业。

做足酒文章,扩大酒天地,是时代赋予茅台的全新使命。在历史的转型关口,要保持清醒的头脑,聚焦主业,以绣花功夫和工匠精神,深入搞好供给侧结构性改革,坚持“崇本守道、坚守工艺、贮足陈酿、不卖新酒”的质量理念,确保茅台酒质量稳定提高,以百倍的

干劲,朝着正确的方向继续前行。

做足酒文章,是茅台未来中长期发展战略的根本。围绕这个内核,茅台将合理分配要素资源,集中资金、时间、人力等多方力量,一定要把酒这篇文章做到位,做出高水平。

茅台有着国有企业和传统产业的双重角色,也因此烙下更为强烈的时代意识。茅台起步于实业,成长于实业,壮大于实业,茅台的基因里,蕴藏的是实业兴国的价值取向。过去半个多世纪的成长经历,特别是近10余年来的跨越式发展说明,抓好实体经济,必须不忘初心,专注务实,心无旁骛。

在贵阳举行的世界酒业联盟2017年年会发布的《2017全球酒业发展报告》和《全球酒业发展基本态势报告》显示,2017年全球主要经济体10年来首次同步增长,与此同时,全球烈性酒市场稳步上升,烈性酒消耗量超过30亿箱。烈酒行业总体转暖复苏,同时供给水平明显提高,国际化进程也在加快。

这些数据意味着,中国优秀白酒企业正迎来前所未有的战略发展机遇。贵州是全球著名的白酒产区,诞生了包括茅台在内的众多酒品牌。随着世界酒业的多极化和全球化步伐加快,以茅台为代表的贵州酒阵营,正越来越多地受到全球市场的关注。作为贵州实体经济的重要组成部分,黔酒崛起是未来贵州经济发展的重要加速器。身为推动黔酒勃兴的主力,茅台做强、做优、做久、做大,不是一家企业内部的规划,更是整个贵州传统优势工业再造的关键之一。

在百年梦圆、决胜全面小康的关键时刻,国有企业应勇于担当,茅台成长于脱贫攻坚的主战场贵州,应当全力以赴,进一步深化改革,壮大主业,为带动贵州经济,尤其是贵州酿酒行业走向全球、迈上新的台阶作出更大贡献。

优化供给 扩大酒天地

做好酒文章,扩大酒天地,茅台的酿酒主业必须壮大实力,再上台阶。

以2015年茅台获巴拿马万国博览会金奖百年纪念为节点,茅台全球化全面加速。依靠国内市场强劲的消费需求,茅台已经获得了可与国际酒业巨头媲美的业绩,行业深度调整期茅台逆势而上的成功运营实践,获得国际业界高度认可,赋予了茅台跻身全球品牌的强大驱动力。同时茅台也面对着巨大的挑战:放眼国际蒸馏酒市场,强手如林,威士忌、白兰地、伏特加、朗姆酒、龙舌兰……每一种酒都有着独特的文化张力,茅台绝不是特别的幸运儿。对标世界一流企业,茅台的企业规模、产品结构、运营体系、治理水平、全球市场覆盖能力、企业文化传播、品牌建设都亟待提升,方能应对全球酒业市场的激烈竞争。

打破才能得生机,创新就会有前途。过去几年,茅台取得了令全球酒业瞩目的业绩,在全行业不景气的背景下,按照省委、省政府的指示,积极围绕“一看三打造”战略,推动茅台酒从公务消费向商务消费、家庭消费、休闲消费、个人消费转型,积极深耕中产阶级阶层市场,率先实现市场回暖,并再次回到卖方市场。

茅台唯有全神贯注于主业,把

酒的文章做深、做透、做扎实,才能让茅台这艘代表贵州的东方战船,在未来的新的征程中,进一步稳固作为中国一张香飘世界名片的地位。做足酒文章、扩大酒天地,需要制定更高的发展目标:

第一,千方百计提升茅台酒产能及其营销价值。茅台酒是茅台集团的核心业务,也是集团利润贡献最多的产品。

未来5年,茅台将在坚持质量不放松、生态受保护的前提下,在15.03平方公里的原产地保护范围内,让茅台酒产能获得更大的提升。到2020年,茅台酒产量将达到5万吨,同时,要在2018年开工建设6600吨茅台酒项目,以保证2023年形成5.6万吨茅台酒,8万吨系列酒生产规模,茅台酒“世界蒸馏酒第一品牌”、烈酒单品销售全球第一的地位将更加稳固,茅台酒在国际市场份额达到总销量的15%以上。

第二,下大力气提升酱香系列酒产能和市场规模。酱香系列酒属茅台集团的核心业务,是覆盖茅台酒之下次高端和中高端酱香型酒市场的重要业务单元,必将成为集团酒业板块的重要增长点,进而生长出全新的战略品牌。将通过扩产、并购等多种手段,增强集团对酱香酒市场全覆盖的能力,通过资本输出、企业整合等现代企业成长方式,壮大茅台集团酱香酒板块的影响力,使之成为推动集团酒业发展的重要驱动力。5年后,酱香系列酒年销售收入将从今年的近60亿元增长到150亿元,成为茅台新的增长极。

第三,全力发展新兴酒类业务,培育更多上市企业。葡萄酒、保健酒、利口酒都是茅台的新兴业务,将赋予茅台更广泛的市场资源和更全面的运营能力。茅台计划到2020年,保健酒要成为中国一线品牌,利口酒成为一线城市拥有强大品牌影响力的时尚品牌,茅台国产葡萄酒打造成国内具有一流营销能力的葡萄酒企业,进口葡萄酒业务则成为中国进口葡萄酒第一梯队品牌渠道商。按照现代企业治理要求,以保健酒业公司、技开公司、循环经济投资公司、生态农业公司等为重点,加大“引战”合作力度,发展混合所有制经济。进一步提升企业治理水平和盈利能力,力争在未来5年培育二至三个上市企业。切实推动股份公司和其他涉酒子公司形成“双轮驱动”新格局。

第四,深挖潜力强化营销能力和盈利能力。坚持以市场和顾客为中心,深化“九个营销”,切实巩固和扩大茅台酒及系列酒国内外市场规模,依托“互联网+”和大数据,整合优化电子商务、自营店、专卖店、经销商等线上线下资源,实现精准营销。优化产品结构,有效供给做“加法”,无效供给做“减法”,着力提升整个供给体系质量,多开发多元化、个性化产品,满足不同消费群体需求。不断发展壮大茅台“粉丝群”,提升茅台影响力。大力推进茅台酒流通领域改革创新,让流通效率更高成本更低;调整优化中间



茅台集团董事长袁仁国深入车间指导生产

销售环节利益分配,让有限的资源利益最大化。持续推进“厂商联营”,在广东、河南两地基础上,加快推进全国经销商的联营合作,形成新的营销合力,打造全国一流的酒类连锁公司。

第五,瞄准主业做好下游产业培育增长极。茅台是中国酒类行业中盈利能力最强的企业。茅台多年来积累的巨额资金存量,为企业未来发展打下了扎实基础。茅台将保持清醒头脑,提高站位,胸怀大局,坚决服从省委、省政府的战略安排,切实把资金投入省内、投向主业。加强对财务公司、基金公司、保险公司、融资租赁公司等金融平台的有力管控和有效利用,形成以“融”促“产”的发展新格局。

扬帆启航 拥抱新时代

茅台要大力弘扬团结奋进、拼搏创新、苦干实干、后发赶超的新时代贵州精神,创新发展思路,弘扬“品牌、品质、文化、环境、工艺”核心竞争力,守住发展、生态和安全“三条底线”。

未来5年,贵州发展进入一个新时代,交通发达、产业布局日益完整、“互联网+”带来的后发优势日益明显。作为传统制造业的代表,茅台迎来更好的历史机遇,打造“具有全球竞争力的世界一流企业”,保持充沛的发展潜力,进一步强化茅台在中国、在世界的影响力。

不断满足人民群众日益增长的美好生活需要,今天,茅台的发展,不只是一家企业的生存与壮大,作为中国经济健康成长的一颗螺丝钉,茅台肩负着与过去不同的历史责任与任务。面对“两个百年”的重大任务,茅台必须以更强的动力、更好的状态、更优的布局,为国家、为地方作出更多、更大的贡献。

作为贵州建设大军中的一员,茅台将以更大的魄力和担当,积极响应和推进“大扶贫”战略行动,强化创新、协调、绿色、开放、共享发展,持续提升公益投入,不断提升茅台影响力,为促进贵州经济发展,推动全省全面同步小康贡献更大的力量。

踏上新征程,拥抱新世界。在党的十九大精神的指引下,茅台在打造全球一流企业的征途上,将勇往直前、敢于担当,引领和带动贵州酒业做优、做强、做久、做大,为开创百姓富、生态美的多彩贵州新未来作出新贡献。



茅台集团董事长袁仁国

茅台集团获“中国最受尊敬企业”称号,袁仁国获“中国最受尊敬企业致敬企业家”荣誉

11月28日,年末最重要的企业论坛——由《经济观察报》主办的2016年-2017年度“中国最受尊敬企业年会”在中国人民大学如论讲堂隆重举行。

众多商业领域的领导者和社会责任的贡献者现场分享了他们对未来的思考和实践。

茅台集团与阿里巴巴、华为等中国知名企业一道,入围“中国最受尊敬企业”,茅台集团董事长袁仁国获得“中国最受尊敬企业致敬企业家”荣誉。

袁仁国在视频致辞中,对“中国最受尊敬企业评选活动”组委会,授予茅台集团和他个人的荣誉表示感谢。

袁仁国说,一直以来,国酒人以“弘扬国酒文化,引领生活梦想”为企业使命,致力于为消费者提供优质的产品和服务,满足消费者日益增长的美好生活追求,为社会发展特别是公益事业提供持续支持,在经济效益、社会效益等方面勇于担当,积极贡献,有所作为。

实体经济的再造与振兴,是与与会者关注的焦点。“随着党的十九大胜利召开,新的国家发展方向,发展目标已经明确,中国在迈向发达经济体的道路上,必将孕育出更多世界级的企业,茅台集团将继续开起来,在新的时代创新发展,担当历史使命,向最受尊敬的世界级企业迈进。”袁仁国这样表示。

2017年,对中国企业来说,是意义非凡的一年。党的十九大报告明确提出,中国社会发展的主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。在此背景下,本届年会以“使命引领未来”为主题,汇聚重磅企业及权威意见领袖,共同探讨企业该如何从历史大潮的未来走向中觅得新的机会,如何改革创新,锐意前行,如何通过持续创新为解决“不平衡不充分”的时代命题有所贡献,以及如何在渐序展开的经济新图景中,各居一隅,描绘出自己的亮色,又多影相辉映。

活动主办方强调,今天,中国企业处在一个特殊的历史时期。这个特殊,一方面缘于中国经济的发展,中国在世界舞台上的地位开始凸显;另一方面,中国企业经历了中国改革开放近40年的成长、壮大,开始迈向世界。

“在这个经济社会全面转型的特定时期,作为一个企业形象和社会标准的取向,中国企业不仅反映了经营的业绩,也反映了文化和制度建设带来的长久生命力。”相关方面评价道,洞察世界成功大公司的成长机理不难发现,在其中一个个享誉世界的产品背后,他们所创造的坚实组织、制度、文化、责任的力量,不仅创造了一个富可敌国的商业帝国,还深深感染和影响着他们的国家。

《经济观察报》联合百位中国资深学者、数十家学术机构、携手企业家,通过研究受公众尊敬的企业因子,试图找到中国最具前瞻性和方向感的优秀企业,为中国企业发展提供镜鉴,推动整体经济和社会进步。“因为他们,或将主宰下一个时代的商业世界。”

目前,通过历时5个月的调查问卷回收,经由数百名专家学者、媒体、公益人士及企业管理者提名,企业自主提交报名表,中国最受尊敬企业按照提名率甄选出初选入围企业,并在此基础上,通过严格的审核及投票,依据行业领袖、创新竞争、永续发展、环境友好、公益慈善5个关键词对企业进行综合考量,最终产生本年度的中国最受尊敬企业。这些企业在不同的领域展示出各自的角色和责任,但它们所指向或代表的同是理想、信念和坚守价值的传递。

由《经济观察报》主办的中国最受尊敬企业年会,作为国内最重要和严肃的企业评价体系之一,得到了社会各界的高度认可,已经成为中国财经界一年一度的盛事。



包装车间一角

曼德拉家族成员出席茅台南非品牌推介系列活动

南非当地时间11月19日,曼德拉总统的外孙女Tukwini女士受邀参加“香遇金色非洲——文化茅台走向‘一带一路’”品牌推介活动。

茅台集团公司党委书记、总经理李保芳指出,曼德拉总统在世界享有崇高的声望,中国国内知名Beyond乐队曾专门创作歌曲《光辉岁月》,以歌颂曼德拉总统的丰功伟绩。2018年是曼德拉诞辰100周年,茅台愿意为此定制一款纪念酒,向曼德拉总统致敬。作为世界知名的中国民族品牌,茅台将以饱含工匠精神的产品承载自强不息的民族文脉,纪念和发

扬曼德拉总统的宽容开放精神,并以此祝福中两国真诚友好关系继续往来。

Tukwini女士对茅台南非推介活动的成功举办表示祝贺,她坚信,随着“香遇金色非洲——文化茅台走向‘一带一路’”品牌推介活动的成功举办,茅台必将在南非收获越来越高的知名度和美誉度。

Tukwini女士的母曼卡姿薇·曼德拉正是曼德拉总统的孙女。2010年,Tukwini与母亲曼卡姿薇·曼德拉一起创办“曼德拉之家”,致力于保护家族历史和文脉,推出家族葡萄酒品牌,并运营南非优质陈

纳米比亚掀起茅台风 社会各界欢迎茅台到来

纳米比亚当地时间11月20日,在结束完文化茅台走向“一带一路”南非文化推介活动后,茅台集团及股份公司领导李保芳、赵书跃、刘自力、王崇琳、总经理助理游亚林、钟方达、杨凤祥即赶往纳米比亚,进行探访、交流和学习,将这股茅台风从南非带到了纳米比亚。

纳米比亚开国总统萨姆·努乔马长子、土地改革部部长马托尼·努乔马,贸工部部长恩加泽泽科,司法部副部长沙明,纳米比亚国家命名人、执政党西南非洲人组党创始人——克利纳,国会议员卡索图与中国驻纳米比亚大使张益明及在纳的中资企业代表、华商企业家代表数十人,为李保芳一行举行欢迎晚宴。

“此次茅台走进广袤的非洲大陆,是作为中国民族品牌的代表之一,中国传统文化符号之一,响应

国家‘一带一路’倡议的践行者之一,向非洲人民讲述中国企业发展智慧,茅台品牌的成长经历,加强中纳经济文化交流,挖掘更广阔的合作空间。”茅台集团党委书记、总经理李保芳致辞中这样描述茅台官方的首次非洲行。开放才能进步,李保芳现场阐述了茅台的站位与愿景,“只有把茅台未来发展与世界文明程度紧密相连,才能把茅台打造成为具有全球竞争力的世界一流企业,享誉全球的国酒茅台。”

李保芳用“真、实、亲、诚”4个字概括与纳米比亚的相处,让现场响起了热烈的掌声,不同语言、不同肤色的人们因为茅台聚集在一起,充满欢声笑语的现场是茅台对于文化促进与交流的一种表达。

纳米比亚贸工部部长恩加泽泽科在讲话中谈道,纳米比亚良好的投资环境吸引了世界上众多的

酿,产品远销中国。

“茅台的到来为我们打开了酒的另一扇大门,带我们走进一个香醇美妙的世界。”Tukwini表示,非常荣幸茅台能参与到此纪念曼德拉诞辰一百周年的各种活动中来,也期待着与茅台集团展开更多的合作。

茅台集团及股份公司领导李保芳、赵书跃、刘自力、王崇琳等出席与曼德拉外孙女Tukwini的座谈交流会,并互赠纪念品。李保芳向Tukwini女士赠送“走进非洲”纪念版茅台酒,Tukwini则将母亲曼卡姿薇·曼德拉亲笔签名的葡萄酒赠予茅台集团。

作为来自东方世界名家的千年佳酿,茅台“香遇”年轻热情的南非葡萄酒,注定是一场奇妙融合的味蕾体验,这种新颖真诚的开放式合作正是对曼德拉总统所崇尚的自由宽容精神的纪念和传承。

优质企业前来投资发展。中资企业和华人华侨和纳米比亚是相互扶持的完美结合。作为享誉全球的优质企业,茅台对纳米比亚人民具有十足的魅力,我们期待茅台的早日到来。

中国驻纳米比亚大使张益明用“世界的骄傲”向在座来宾介绍了茅台。“茅台集团作为世界最著名的酒业集团见证了中国过去几年不凡的历程。茅台的成就也是中国的成就,是世界的骄傲。我们相信茅台集团本次非洲之行不仅进一步宣传扩大茅台酒文化,也将进一步发挥集团的优势,推动中非的经贸合作和人文交流。”

当醇香的茅台遇到热情的纳米比亚人,语言不是距离,肤色不是距离,人们在品味茅台的同时,在感知中国文化,也在交融中增进情感。在经历了南非的推介活动后,茅台在纳米比亚首一场场收获了许多喜爱,人们纷纷用中文说着“干杯!”“茅台!”正如乌托尼部长所说,“这是一个美丽的夜晚,也是一个宝贵的时刻,只因中纳友谊与茅台!”

茅台集团党委书记、总经理李保芳率队拜访中国驻纳米比亚大使馆

纳米比亚当地时间11月20日,刚刚抵达纳米比亚的茅台集团及股份公司领导李保芳、赵书跃、刘自力、王崇琳、总经理助理游亚林、钟方达、杨凤祥在第一时间拜访了中国驻纳米比亚大使馆。中国驻纳米比亚特命全权大使张益明热情接待了李保芳一行。

张大使热烈欢迎茅台集团代表团访纳并表示:“我们热情欢迎茅台这样的实力派走进非洲,寻求更多机会。”

茅台集团党委书记、总经理李保芳向张大使特别说明了南非推介活动盛况,李保芳表示,茅台的生产经营经受了时代的考验,国家的系列改革政策给了茅台一个良好的改革契机,茅台转型成功,创造了业界的茅台现象。

茅台从2015年开始,每年都会到国外开展丰富多彩的品牌推介活动,目前已经走过欧洲、北美洲、非洲等,社会反响热烈。这种推介活动不只局限于酒,更是向国外民众展现一种古老向上的文化,体现包容共进的的大国气度。

作为茅台官方踏足非洲大陆的首次,“我们要做强非洲茅台市场的同时,进一步谋求新的合作机会,明年君再来。”李保芳表示。

“作为世界三大蒸馏名酒,茅台酒创造的不仅仅是商业的奇迹,更重要的是在中国文化的传承中发挥了不可替代的作用。茅台酒已经成为中国人热情好奇、坦诚待人的媒介,影响了一代又一代国人。”张大使在谈到茅台历史时动情地说道,“小小的茅台酒,承载了国人的期待,帮助中国打开世界大门,结交了五大洲的朋友。” (李丰 王媛)