

国酒之窗



茅台集团召开专题会听取近期重大工作汇报 袁仁国李保芳强调 严控茅台酒价格负责任回应社会关切

4月21日,茅台集团召开专题会议听取近期重大工作专题汇报,集团董事长袁仁国、党委书记、总经理李保芳在听取汇报后一致表示:最近一个时期,茅台酒价格市场上涨趋势明显;2016年贵州茅台酒年报披露后,传出“茅台利润截留和作假”的议论,引发社会普遍关注。茅台集团作为负责任的国有企业,从讲政治的高度重视社会对茅台重大问题的关切,并及时、负责任地作出明确回应。茅台酒的出厂价一直没有上调,是中间环节在抬高价格,茅台将进一步加强价格稳定力度,坚决把经销商的市场终端价格稳定在合理区间,一定要抓出成效。茅台人是诚实做市场的,谁制造市场乱象就砸谁的饭碗,经销商必须要令行禁止,谁“不听招呼”就一定严格按照规定严厉处罚。

“价格问题不是简单的经济问题,而是政治问题”

袁仁国、李保芳强调:一、价格必须得稳住、管好,这是茅台持续稳定、健康发展的关键;二、茅台说到做到,不放空话,之前形成的措施必须落实,最近要有所动作,最后要拿出真功夫来干这事。三、价格的问题,不是简单的经济问题,而是政治问题,涉及到老百姓就是政治问题。

袁仁国、李保芳说,要增强政治意识、大局意识、核心意识、看齐意识,从讲政治的高度认识茅台价格的重要性和必要性,要从可持续发展的高度来认识价格的重要性和必要性,要以严肃问责的态度对待价格问题,茅台是我国具有自主知识产权的民族品牌,目前已成为世界上烈酒总市值第一、当今单品销量第一的品牌。从中央领导到全国人民都很关注茅台。我们要讲政治,一是国家不希望一个商品由于它出现了短缺,价格就可以暴涨,就可以获取暴利,就让个别的人从中渔利,二是老百姓不希望喝超出他们承受能力范围的茅台酒。作为国有企业如果



● 茅台集团董事长袁仁国

这两条都管不好,就是不讲政治。

“主动作为不是行政干预,放任自流不代表尊重市场”

袁仁国、李保芳从四个方面进行分析并发出异常严厉的声音:

今年以来茅台酒市场的形势总体是健康的,企业、经销商、消费者三者的关系处理是好的。但当前开始出现了必须引起高度重视和关注的苗头性的问题:一是出现价格上涨苗头,个别省区茅台酒已超过1300元一瓶;二是极少数经销商推波助澜,阳奉阴违,违反茅台的市场策略;三是管控不到位,措施不力,特别是执行力不强;四是一些经销商行业的标杆意识不强,没考虑到价格变化会给整个行业和市场带来什么影响,对整个行业产生的负作用有多大,只算自己的小账。

袁仁国和李保芳表示:对当前出现的问题不能坐视不管,坐视不管就是不负责任。茅台酒出厂价一直没有上调,就是因为我们是负责任的国有企业,稳定市场是我们的责任。但有的经销商想追求暴利,赚昧着良心



● 茅台集团党委书记、总经理李保芳

的钱,特别是不顾社会的反映,消费者的承受能力,更有甚者,制造市场的乱象。今年以来,茅台酒股份公司制定的一系列营销政策措施是正确的,有效的,是适应市场需求的,社会各界反映也是好的。因此,必须坚定不移地执行。

袁仁国、李保芳要求:

要尊重经济发展的规律,遵守国家的政策和法规,远离市场乱象,茅台就是要求严惩市场乱象,诚实做市场。唯利是图的事不能干,最后在这个问题上就是谁制造市场乱象就砸谁的饭碗,这一条必须要令行禁止。

要上下联动,形成合力,把市场形势分析准,把市场形势把控好,不能出现乱象。所以每个经销商要增强自律的意识,要做负责任讲良心的经销商。

“谁制造市场混乱就砸谁的饭碗”

袁仁国、李保芳提出五点措施:第一,强化市场主体责任,省区的经理、省区的联谊会会长,要切实承担起应有的责任,消除工作上盲点。第二,4月14号会议就要求实行省区负责制,片区经理是第一责任人,联

会会长是第二责任人。第三,严格责任追究,价格如果出现大问题以三个步骤处罚:撤换片区经理;联谊会的会长承担连带责任;对经销商釜底抽薪,凡是恶意抬价的绝不迁就,不能网开一面,就是要动手干掉两家。第四,处置一视同仁,包括集团内部的销售机构,不管是电商、定制酒公司谁都不行,如果是内部的人推波助澜就罪加一等,在控价问题上绝不袒护。第五,发挥好市场配置资源决定性的作用和主动调控市场的矛盾,两者不矛盾,不冲突。这样做就是为了促进市场健康发展,主动作为不是行政干预,放任自流不代表不尊重市场。

“利润不少算、税收不少交、成本不虚高、数据不造假”

袁仁国、李保芳在谈到茅台2016年年报披露之后社会各界对有关问题的关注时表示,公司认真贯彻落实中共中央、国务院关于深化国有企业改革的指导意见,鉴于省国资委等相关部门未出台相关指导意见和具体措施,也没有时间表和路线图,目前茅台尚未启动股权激励相关工作。因此相关报道所称的茅台截留利润是为股权激励的情况是不存在的。

袁仁国、李保芳表示,公司在销售收入、利润、税收增加的同时,高管收入不增反降,大家没有任何怨言,一心在为民族品牌的做大做强埋头苦干。茅台是一个敢担当、负责任的国有企业,茅台人一如既往地坚持做老实人、办老实事,坚持利润不少算、税收不少交、成本不虚高、数据不造假。

袁仁国、李保芳表示,要及时、有效回应各种社会关切。要求相关部门在信息披露,尤其是数据的合规性、真实性、科学性、客观性和合理性,要更加严格审查,使年报能更充分地体现高质量、高水平、系统性、全面性。要把信息披露作为向社会准确传达公司重大信息、信号的一个平台。

(本报记者 樊瑛 张建忠 组稿)

劲牌:营改增六年 节税 6589 万元

■ 一路

“自2012年12月1日湖北启动营改增至今,劲牌公司已节税6589万元。”4月6日,湖北省国税局在武汉举办“民营企业共话税改”专题访谈会,劲牌有限公司财务总监董艳作为代表在会上表示,企业充分享受了税收改革的红利,促进了企业良性循环发展。

劲牌有限公司是国家税务总局挑选的千户集团总部在湖北的企业。营改增涉及公司物流运输、品牌宣传、基础设施建设等众多业务环节。

物流运输减税。劲牌公司主营保健酒和健康白酒,保健酒销售已覆盖全国所有省份,需要运输到地级市甚至县级区域,每年物流费用上亿元,营改增后运费增值税抵扣率从7%调整到11%,公司物流费用每年可减税300余万元。

广告投入减税。为了巩固和提升消费者对劲牌的品牌认知,公司每年都要投入品牌传播费用,以往缴纳营业税支出不能抵扣进项税,随着营改增不断扩围,公司在央视投放的广告费可以获得增值税专用发票抵扣6%的税款,每年节税700余万元。

固定资产减税。因提升产品品质和满足市场需求,公司近年基础设施建设投资较大,全面推行营改增覆盖建筑行业以后,公司可以获得11%的建筑业增值税专用发票,能够减轻固定资产投入成本。

“营改增对企业的积极影响不只是降低税负负担,还促进了企业规范运营管理。”董艳表示,公司每年都有品牌宣传、媒体传播等合作项目,营改增后,公司将能否提供增值税专用发票作为评判合作单位的重要条件,以图长久合作,避免“短期行为”风险,因为能够提供专票的单位,都比较规范,质量和信誉有保证。

据悉,劲牌公司将减税投入原酒酿造机械化、中药材提取设备、技术升级等升级改造,提高产品品质和生产效率,形成了企业减税—成本降低—产业升级—企业发展的良性循环。

玉柴“三融三促创先锋”党建创新工作全面启动

■ 谢君仪

为深入推动党建创新工作,助推企业转型升级,4月6日,玉柴集团召开了2017年党建创新工作启动会,集团公司党委书记李汉阳、玉柴股份党委书记宁兴勇分别为党员突击队、玉柴志愿者队代表授旗,集团公司党委与党员突击队代表签订了党建创新责任状,标志着玉柴集团正式吹响2017年党建创新号角。

2017年,玉柴集团公司党委致力于打造“三融三促创先锋”的党建总品牌(将党组织与公司治理结构深度融合,党群干部与行政干部深度融合,党建工作与企业经营深度融合,党建促进企业经营发展,企业经营促进党

建提升,党员引领创新共促发展)和八大子品牌(即党员突击队、党员创新创效示范岗、党员先锋岗、党建规范化建设、四融监督体系、志愿者总队、EAP员工心理帮扶、职工艺术团),通过党建创新项目化的方式,促进各基层党组织在党建制度、干部管理、组织生活、党员教育、纪检监察、党建带群团、“互联网+党建”、党员生产经营等方面的全面创新,并以此为载体,充分发挥党组织战斗堡垒及党员先锋模范带头作用,推动党组织和企业协同发展。在党建创新立项方面,2017年,玉柴集团公司党委共征集党建创新项目194个,其中各基层党组织共立项170个。

2016年,玉柴党建创新项目创造效益达4000万元。



贵州茅台: 坚持现金分红, 不存在截留利润

记者于4月19日晚间获悉,贵州茅台(600519)发布公告,回应部分媒体关于其财报涉嫌造假、隐瞒利润45.66亿或为方便做股权激励等相关报道。针对报道所涉及内容,贵州茅台酒股份有限公司(以下简称“公司”)特作如下说明:

贵州茅台公告称:

近日有部分媒体发表并转载了题为《茅台财报涉嫌造假:隐瞒利润45.66亿或为方便做股权激励》等相关报道。针对报道所涉及内容,贵州茅台酒股份有限公司(以下简称“公司”)特作如下说明:

一、关于利润问题。自2012年白酒行业深度调整以来,公司积极适应经济新常态,努力实现市场转型、消费转型,使茅台酒、系列酒消费群体不断扩大,到2016年供不应求开始出现。2016年,经销商从打款到提货需要两个月甚至更长时间。公司坚持“崇本守道、坚守工艺、贮足陈酿、不卖新酒”的质量观,三季度符合产品质量标准的基酒不足,经销商按计划打款,造成公司三季度预收账款大幅增加。四季度符合产品质量标准的基酒供应充足,供销基本平衡,四季度预收账款基本与三季度持平。因此三、四季度预收账款符合茅台生产工艺特质。因茅台酒产能限制,公司库存产成品主要是系列酒及准备2017年1月上市的鸡年生肖酒。

二、关于消费税问题。2015年12月,贵州省国税局下发了《关于核定部分白酒产品消费税最低计税价格的通知》(黔国税函【2015】387号),导致公司消费税税负提高,

消费税增幅较大。

三、关于财务公司。贵州茅台集团财务有限公司(以下简称“财务公司”)为公司控股子公司,公司存放在财务公司的存款利率不低于同期商业银行存款利率。同时,公司还能获得财务公司经营收益。

四、关于股东利益。公司一直致力于为股东创造更好的效益,从未侵占股东利益。自上市以来,每年通过现金分红与投资者分享企业改革发展成果。截止2015年度,公司现金分红已累计超过351亿元,约占上市以来累计实现归属上市公司股东净利润总额的40%。按照《公司2016年度利润分配预案》,公司拟实施现金分红约85.26亿元,占公司2016年度归属于上市公司股东净利润的51%。

五、关于股权激励。公司认真贯彻落实中共中央、国务院关于深化国有企业改革的指导意见,鉴于省国资委等相关部门未出台相关指导意见和具体措施,目前尚未启动股权激励相关工作。因此相关报道所称的茅台截留利润是为股权激励的情况是不存在的。贵州茅台是国家具有自主知识产权的老字号品牌,是民族品牌的先进代表。作为一个拥有悠久历史的传统企业,公司积极践行诚信经营,做有良心、负责任的企业。公司坚持现金分红,不做“铁公鸡”,始终以良好的经营业绩回报股东、回报社会。茅台的发展离不开广大消费者和社会各界朋友的关心和支持,我们愿意接受并且欢迎社会各界对茅台的良性舆论监督,希望各界一如既往地继续关心和爱护茅台这个民族品牌,使之做得更大更强更好,为国家强盛、实现“中国梦”做出我们的贡献。

(本报记者 樊瑛 张建忠)

最高 500 万! 中银活期宝 T+0 快速赎回额度大升级

日前,中银基金旗下中银活期宝货币基金上线大额T+0快速取现功能,单日单笔快速取现额度从50万提升至500万元。据悉,客户通过中银基金官网、APP客户端或微信公众号均可操作。

自2014年中银活期宝成立以来,已逐步实现了现金管理、基金投资、资金周转三大核心功能。据该基金2016年年报显示,截至2016年12月底,该基金客户数突破150万,同比增长了735%,成立以来累计为投资者实现盈利6.12亿元。(政雄)

大平矿 强力推进风险 预控管理

为进一步加强安全管理,实现超前预防,今年以来,郑煤集团大平矿着力加强安全风险预控体系建设。重新制定下发安全风险预控管理体系建设考核办法,严格安全风险预控体系指标考核,大力推行“岗位自控、区队监管、科室监督”的管理模式,全面提升科、队自主安全管理。

针对安全管理的薄弱环节,每季度对重点岗位,每半年对全矿井进行一次危险源管理普查,对新增危险源进行强化培训,推进安全风险预控体系规范化建设。加强对工序转换及装车、起吊、电气操作、带风(液)压操作等重点环节和关键工序的安全确认管理,督促各岗位危险源及管理标准、措施的落实,从源头上控制和减少隐患的发生。

同时,加大隐患排查治理力度,认真贯彻落实国家安监总局《煤矿重大生产安全事故隐患判定标准》,以“查大系统、治大隐患、防大事故”为目标,每月对照标准开展一次重大隐患排查。坚持日常排查和定期排查相结合,严格落实好班组、区队、系统、矿井四级隐患排查模式,鼓励职工参与隐患排查治理,加大安全监督检查力度,努力实现隐患排查治理由治标向治本转变。大力推行隐患分级分类闭环管理,强化安全风险的“跟踪式”督导,对隐患排查实行部门负责制,隐患整改完成后,由业务部门首先进行验收,合格后再由矿验收销号。

严格落实郑州监察分局下发的《煤矿安全现场管理规定》,规范矿井安全检查内容,每季度开展一次全面自查,实行安全隐患排查内容菜单化,处理过程程序化,大大提高了安全检查和效果,有力地促进了安全生产。(本报记者任二敏 通讯员尹静)



向管理要效益 伊力特 2016 年 实现销售收入 16.9 亿元

近日,新疆伊力特实业股份有限公司公布了2016年年报,2016年公司实现营业收入16.9亿元,实现净利润2.77亿元。这是与该公司严格生产管理,创新思路拓展市场密切相关的。

2016年,在白酒行业持续调整,市场竞争日益激烈的背景下,伊力特实业股份有限公司适时进行了战略调整和内部改革。围绕企业方针目标任务,建立健全了以全面预算管理为核心的经营管理体系;以过程控制和工艺管理为重点的生产管理体系;以质量管理和名牌战略为基础的品牌建设体系;以循环经济为主线的安全管理体系;以预控为根本的安全管控体系;以风险控制为主的全面风险管理体系。启动质量安全授权人管理,构筑了更加严密的食品安全管理体系;运用信息技术实现产销系统管理。科学公平的薪酬体系,绩效考核体系设计全面完成,有效调动全员劳动积极性。

伊力特向管理要效益,对内挖潜改造,持续提升生产现场、业务流程、质量服务、

安全生产等领域精细化管理水平;以降本增效为目标,统筹资源配置和优化产业布局;充分发挥科技创新作用,创新调整酒体设计方案,确保产品质量和稳定性。两款露酒产品、固液法白酒产品成功上市,酿酒窖池获得实用新型专利,科研工作成效显著;严格执行入库基酒标准,推进基酒分级,提升产品质量;提高包装生产率、酒库利用率,实现均衡生产;包装材料回归管理,执行实价开票,减少存量;面向市场,主动出击,子公司实现经济增量。

面对纷繁复杂瞬息万变的市场,伊力特坚持以市场和顾客为中心,公司主要领导多次奔赴市场密集调研,厂商拧成一股绳,依靠不断创新开拓市场,以忘我的敬业精神,以敏锐的市场嗅觉,以精准犀利的举措,实现销售突破。进一步优化产品结构,聚焦主线产品,聚焦品牌建设,深耕精耕市场,呈现出营销指标稳中有进、市场拓展稳中有新、市场建设稳中有好的良好局面。

(李俊)