国酒茅台：国人为之骄傲的民族品牌

——写在香港回归祖国 20 周年之际

■ 戴仕锦

香港回归祖国，转眼 20 载。

茅台与香港有着深厚的情缘。香港是中国对外开放的窗口，茅台则是有着“国酒”地位的一张中国飘香名片——都是蓬勃中华的见证者。

百年风雨百年传奇

香港是一个不断创造奇迹的地方。一百多年来，香港从偏居一隅的小渔村发展成为享誉全球的现代化大都市。也是在一百年前，茅台从贵州边远河谷走出，历尽艰辛，终于在巴拿马万国博览会亮相，并一举夺得博览会金奖，书写了一段民族品牌走向世界的百年传奇。

时至今日，我们依然能清晰感受到那段荡气回肠的时光，品味到那罐打翻的茅台酒在岁月深处散发着的幽幽醇香。

昂然步入世界名酒之林的中国茅台，与法国干邑白兰地、英国苏格兰威士忌并称为世界三大蒸馏酒。

1997 年香港回归祖国，贵州茅台酒厂也在这一年改制为有限责任公司，开始真正投身市场大潮。香港和茅台，在同一时间节点从新的起点迈步，拥抱美好未来。

不止如此，茅台既是中英谈判时邓小平、撒切尔夫人的碰杯酒，也是香港回归时的祝贺酒。

百年风雨，香港变成了璀璨无比的东方之珠，而茅台不仅蝉联历次国家名酒评比之冠，还先后 18 次斩获国际金奖，昭示着一个民族品牌的不懈进取。

香港对茅台始终别有厚爱。1954 年，茅台酒首次在香港展出，好评如潮；1955 年，茅台开始在香港注册，授权五丰行经销；2001 年，香港国酒茅台之友协会成立；2004 年香港国酒茅台专卖店正式开业……再到沪港通 1 周年，贵州茅台成为香港投资者的最爱。

●2015 年，“香飘世界百年 相伴民族复兴”茅台酒荣获巴拿马万国博览会金奖 100 周年海外庆典活动从香港启程。

●2017 年 6 月 15 日，“国酒茅台·国之栋梁”希望工程圆梦行动脱贫攻坚三年公益计划在河北西柏坡启动。

当茅台茁壮生长，把目光投向世界，香港则成为茅台远航的出海港。2015 年，以“金奖百年 香飘世界”为主题的纪念茅台酒荣获巴拿马万国博览会金奖 100 周年海外庆典活动，特别选择了香港作为出海的第一站。从香港出发，先后在俄罗斯首都莫斯科、意大利米兰及美国旧金山举行。茅台酒受到了当地主流社会的普遍欢迎和好评，也是茅台文化与海外酒文化的主动、成功对接。旧金山市市长李孟贤还将 11 月 12 日定为旧金山“贵州茅台日”。

茅台的脚步遍及天涯海角，香港始终为她摇旗呐喊。

当香港来到回归 20 周年的历史路标上，茅台集团董事长袁仁国再一次来到香江之畔，参加隆重庄严的庆典，带去国酒人对香港同胞的由衷祝福。

回望 1951 年茅台国营以来，从年产量不足百吨的作坊式酿酒企业开始发展，成长为世界白酒行业的领军企业，创写了堪称中华民族工业骄傲的发展奇迹。如今的茅台，正向着千亿目标阔步前行。

香江的香，茅台酒的香，都是中华的香。今天，茅台已经成为全球烈酒第一品牌；香港也迎来了特区第五届政府，站上新的历史起跑线。

向世界绽放自信微笑

近几年，经历了步履艰难的行业深度调整期，逆水行舟的茅台却不退反进，各项经营指标均持续逆势保持增长，被业内称为“茅台现象”。

“十二五”以来，茅台集团累计实现白酒产量 48.75 万吨，销售收入 2327.4 亿元，利润总额 1245 亿元，上缴税金 848 亿元，企业资产总额达 1396 亿元。茅台集团白酒销量、销售收入、利税、上缴税金等增速均高于白酒行业，总产值、增加值增速高于全省工业，利润总额增速高于全国规模以上工业企业，成为当之无愧的全国白酒行业标杆。

2016 年，茅台集团的白酒产量为 9.25 万吨，占白酒行业比重 0.68%；销售收入为 508 亿元，占白酒行业比重 8.29%；利润为 256 亿元，占白酒行业比重 32.11%；总资产为 1397 亿元，占白酒行业比重 21.83%。

以利润和产值计，全国白酒行业三分天下，茅台占其一。

销售年收入早已站上 500 亿大关的茅台，在白酒产业深度调整期中快速实现结构调整，逆势上扬，引领行业。

茅台所体现出来的经营能力和盈利能力，令人惊叹。以净资产收益率看，全国国有企业优秀值为 10%，平均值为 4.8%，茅台集团的收益率为 19.72%，是全国国企优秀值的 2 倍多，平均值的 4 倍多。从成本费用、利润率看，茅台集团的利润率为全国国企优秀值的 15 倍，平均值的 41 倍还多。

今天的茅台，已成为新形势下中国实体经济发展的样本。茅台酒、系列酒成“双星闪耀”的傲人态势，2016 年茅台酒及系列酒出口 1737 吨，同比大涨 40.1%，海外市场覆盖亚、非、欧、美、大洋洲，60 多个国家和地区，“茅粉”举袂成幕。

茅台作为中国白酒领军企业，已自豪地跻身最具竞争力世界酒类企业行列，并不断改写全球酒业格局。

2016 年 11 月，茅台集团再返旧金山，举办“贵州茅台日”一周年庆典。现场公布的一组数据和信息引起许多到场的媒体记者浓厚兴趣：贵州茅台作为中国唯一集绿色食品、有机食品、地理标志产品、国家非物质文化遗产于一体的健康产品，茅台在 WPP 和华通明略、《福布斯》、英国《金融时报》等各种国际榜单中名列前茅，并位列中国酒类上榜企业首位。截至当时，茅台集团已成为年销售额 64 亿美元，利润 34 亿美元，上交税金 25 亿美元，企业总资产 180 亿美元，全球蒸馏酒单一品牌销售额最大的世界品牌。

这般势头折射到资本市场上，一再刷新股价，创造中国两市第一高价，市值超过帝亚吉欧，成为全球蒸馏酒第一品牌，以此独特方式，在资本市场标刻中国白酒的高度，令世界瞩目。

当茅台单股股价逼近 500 元，茅台用自己的方式，为古老的中国白酒，演绎深厚传统与现代企业经营此唱彼和的范本。

今天的茅台，已摘取股票市值和单品销售收入全球双第一桂冠。与此同时，一艘以酒类业务为核心、积极发展上下游一体化业务、推动关联多元化业务发展、加快金融板块发展步伐、努力打造产融结合新格局的产业航母，隐隐浮现庞然身姿，对标全球品牌明星俱乐部成员，为时光悠长的白酒行业，撕开全新的巨大想象空间。

2001 年 8 月 27 日贵州茅台在上海证券交易所上市，16 年后的今天，茅台股价涨幅超过 80 多倍，被称为股市“神话”。

贵州茅台上市以来的 16 年间，累计分红已超过 430 亿元，成为中国资本市场当之无愧的“分红王”。沪港通开通以来，香港投资者对贵州茅台的追捧，一个重要因素是因为上市以来，贵州茅台一以贯之的高分红、高流动性、业绩高度稳定性。作为国际金融中心，香港对“茅台现象”诚心点赞，在于它不是轻率冒进的一瞬花火，而是蓄势缓行的巨人脚步。

茅台作为中国的世界级品牌，正获得越来越多国际权威机构的点赞——

贵州茅台多次入选《财富》杂志最受赞赏的中国公司；连续多年入选全球上市公司《福布斯》排行榜；茅台以高达 1285.85 亿元的品牌价值，今年 3 月 20 日，世界传播巨头 WPP 旗下权威调研公司 Millward Brown Optimor 在北京发布 2017 年 BrandZ“最具价值中国品牌 100 强”榜单，贵州茅台集团首次进入中国品牌价值排行总榜前 10 强，荣升 TOP9 获“最高端中国品牌”奖项，品牌价值 162.19 亿美元，居中国白酒行业之首。今年 6 月，全球最大传播集团 WPP 联合旗下调研公司 Kantar Millward Brown 发布了“2017 年 BrandZ 全球最有价值 100 大品牌榜单”报告，茅台是中国食品饮料领域的唯一上榜品牌。

国酒文化渐融东方之珠

“茅台在香港可以说是无人不知、无人不晓。”一位香港学者说，白酒行业研究报告显示：在香港，白酒的显性消费人群主要有三类：一是早期移民到香港的广东人等，以消费低端白酒为主；二是内地往来香港的政商务人群；三是香港到过内地交流喝了白酒且喜欢喝白酒的人群。近年随着内地与香港两地交流的增加，尤其是商业往来上的增多，内地的“酒文化”带到香港，也让许多香港人逐渐爱上了来自祖国的白酒。而茅台酒也正在成为越来越多的香港市民逢年过节、家有喜事、迎宾会友的桌上佳酿。

数字显示，早在 2013 年，香港就已成为贵州白酒最大的出口市场，当年贵州白酒出口到香港地区 74 个批次，近 40 万升，同比增长 112%和 88%；价值达 6663.6 万美元，同比增长 137%。2016 年前三季，茅台出口茅台酒及系列酒同比增长 48.75%，占中国白酒出口创汇总额的 74.2%，位居全国第一，海外影响力已扩展到全球五大洲和全球重要免税口岸。

在香港，茅粉有个温暖的“家”，叫“香港茅台会”。

香港茅台会成立于香港回归之后。2001 年 5 月，一批爱国爱港有识之士赴贵州考察，参观了贵州茅台酒厂，回港后成立了国酒茅台之友协会（简称香港茅台会）。成员是香港各界社团的领袖和工商界精英，同时，协会要求成员必须是对香港社会有影响、有贡献、有地位的人士，必须清清白白、形象正面。足见港人对国酒茅台的尊重。

协会以“品研国酒、传承文化、弘扬国粹、振兴中华”为宗旨，孜孜不倦于在两岸四地弘扬国酒。在全球推广茅台，弘扬国酒文化，已成为茅台会的自觉使命，得到各界点赞。协会成立 16 年来，先后举办了“北京之夜”、“豪江之夜”、“香江之夜”、“鹏城之夜”、“台北茅台之夜”、“高雄茅台之夜”等活动，为茅台酒香飘向两岸三地，维系炎黄子孙民族情感做出了重要贡献。

2017 年 2 月 17 日，香港中环马车会。茅台会邀请了 150 多位香港社广为市民熟知的政界商界名人齐聚一堂，热烈庆祝香港回归祖国 20 周年。宴会上沁人心脾的茅台酒醇香四溢，人们舒怀畅饮。

2013 年，香港国酒茅台之友协会青年委员会成立，这个由香港杰出青年工商业精英组成的委员会，代表了茅台和中国酒文化在香港的传承。

早在 2004 年，香港有了最早的茅台酒专卖店，成为在香港推广国酒茅台的“先锋”。

香港和茅台的情缘，不仅是因为同样的血脉，也源自国酒茅台独有的文化和品质，以及共同的滚烫爱国之心。

“大企业要有大胆当。”这是茅台发出的心声。

长期以来，茅台一直孜孜不倦于捐资助学、扶贫济困等公益事业，因此荣获中国慈善领域最高政府奖“中华慈善奖——最具爱心捐赠企业”等荣誉。同时还是行业内唯一连续 9 年主动面向社会公开发布《企业社会责任报告》的领军企业，也是荣获“中国工业行业履行社会责任五星级企业”称号的出色机构。

“十二五”以来，茅台公益投入累计超过 24 亿元。

国酒茅台，正以前所未有的大视野，彰显出一个民族品牌的骄傲和张力。

一缕中国的醇香，从贵州向世界弥漫，传递出新时代中国品牌的自信与光荣。

感谢香港 祝福未来

■ 茅台集团董事长 袁仁国

2017 年 7 月 1 日，香港回归祖国 20 周年。与香港同胞共同见证这个大喜之日，我心潮澎湃，十分激动。

茅台集团三万多员工，为香港的未来表达最美好的祝福，祝愿香港正青春，祝愿香港更美好。

二十年过去，斗转星移，沧海桑田。中国和平崛起，正成为全球经济发展、文明进步的重要推动者。

今天，世界已从喷气飞机时代进入移动互联网的大数据时代。不管世界如何变化，我们对香港的祝福永远不变，希望这片美丽的土地永远充满活力，希望东方之珠一直星光灿烂。

国酒茅台与香港，有着深厚的情缘。茅台的成长，离不开香港同胞的帮助与热爱。在国家封闭时代，香港是茅台通向世界的宝贵窗口——我们不能忘记，1954 年，茅台酒就在香港展出，获得好评如潮；在国家走向开放的今天，香港则是茅台与世界关联的重要驿站。

茅台人铭记香港、感谢香港。二十年，香港见证了茅台的崛起和腾飞，茅台也见证了香港的变迁和成长——1997 年香港回归，茅台则是同年改制，投身市场大潮；2015 年，茅台酒荣获巴拿马金奖 100 周年，我们举办的海外庆典系列活动，首站仪式就选择在香港。

二十年前，香港回归祖国之时，茅台还是一个处于计划经济时代的国有工厂。二十年后的今天，茅台已经超越帝亚吉欧成长为全球市值第一的烈酒企业。

过去二十年，是茅台转型跨度最大的一段历史。我们从香港的智慧受益，从内地市场的开拓起步，不断融入全球经济循环。茅台由此获得巨大的增长，成为中国品牌阵营的一艘巨轮，产品遍布世界各地。今天，茅台酒在海外市场的销量，是二十年前茅台集团整体收入的三倍还多。

茅台感谢香港。是你们，为我们早期的国际贸易提供了巨大帮助；也是你们，开拓了我们的视野，为我们的成长提供了如此丰富的营养。没有当年在这里的蹒跚学步，就没有茅台今天在世界的广泛深入。

我们钟爱这个美丽的都会，我们钟爱这里多元的文化。未来，茅台将一直见证香港的更大成长，并愿意为香港同胞的每一分成就喝彩。

我们祝福香港，我们祝福祖国，我们祝福美好的未来。