

G20 德中合作论坛中国企业家发声

袁仁国:封闭的世界不能带来进步



●袁仁国在论坛上的演讲,引起广泛共鸣

“作为中国的国酒,以及香飘世界的中国名片,茅台今天走向世界的步伐正在加快。从企业的角度思考,我们希望看到世界走向开放,而不是走向封闭。中国企业过去长达几十年停滞不前的痛苦经历告诉我们,自我封闭只会导致落伍,而不是更好地成长。”

G20 峰会期间,茅台集团董事长袁仁国在汉堡举行的德中合作论坛上演讲时的这番话,引来热烈掌声。

德中合作论坛由德国、中国知名机构联合创办。本次论坛与 G20 峰会同步,于当地时间 7 月 8 日举行,主题为“全球化与我们”暨“一带一路”。400 余德国政商人士聆听演讲。中国国际战略学会副会长、原中国驻德国大使梅兆荣,汉堡市政府办公厅主任、国务秘书、汉堡州政府驻联邦德国与欧盟及外交事务全权代表施密特等到会致辞。

德国,作为茅台走向全球贸易的重要国家,是茅台加强全球战略的重要一站。去年 12 月,袁仁国率队,在汉堡举行中国茅台“一带一路”行汉堡站大型品牌推广活动。不到一年,茅台集团高层二次到访汉堡。

“今天,我们再次来到汉堡,是为了聆听 20 国领袖对于世界未来的讨论。G20 峰会在世界的影响力越来越大,不仅在欧洲、亚洲,还是非洲,峰会的议题,也涵盖了更多、更广泛的人群。”袁仁国说。

“汉堡 G20,就像德国啤酒与中国茅台,特色不同,但是味道都很好”

袁仁国在演讲中提到一个细节,2016 年,在杭州举行的 G20 峰会期间,德国总理默克尔向中国国家元首习近平主席祝贺中国在此次盛会上的成功时,习主席以茅台为例,幽默地表示,相信 2017 年在德国举行的 G20 峰会,也会非常成功,就像德国啤酒与中国茅台,特色不同,但是味道都很好。

“习主席的预言非常准确。今年在汉堡举行的第十二次 G20 峰会上,我们同样收获了很多的智慧和观点,也留下了深刻印象。”袁仁国评价道,G20 峰会是经济全球化最重要的平台之一,各国领导围绕世界经济形势、贸易金融、数字经济、卫生、反恐等贡献的智慧和担当,必定在推进经济全球化、维护多边机制、促进自由贸易、便利相互投资、守护环保约定等方面加强协调合作,共筑辉煌未来。

“联动塑造世界”,这是 G20 汉堡峰会的主题。袁仁国表示,本次峰会所讨论的世界经济形势、贸易、金融、数字经济、能源、气候变化、发展、非洲、卫生、难民移民、反恐等议题,都是当今世界的焦点与热点。“我们今天在此所见证的交流、碰撞与思考,对于未来世界的走向意义深远。我们将把握经济全球化、“一带一路”等带来的空前机遇,更好地做茅台故事的宣传者,“一带一路”的实践者,环境保护的倡导者,创新创业的先行者。”

谈到 G20 国家的地位,袁仁国说,20 国集团的 GDP 占全球经济的 90%,贸易额占全球的 80%,这些国家携手同行,为国际社会齐心协力应对经济危机,推动全球治理机制改革带来了新的动力和新的契机。“今年峰会设置的三大重点,增强经济增长的韧性、促进投资,特别是对非洲投资以及促进数字经济发展,对于今天的世界经济格局来说,都是重要的热点话题。从这些议题的设置,我们可以看到智慧的融合,更能看到责任的担当。”

“我们面对当前挑战,应该建设开放型世界经济,继续推动贸易和投资自由化便利化。保护主义政策如饮鸩止渴,看似短期内能缓解一国内部压力,但从长期看将给自身和世界经济造成难以弥补的伤害。”在引用了习近平主席在 G20 杭州峰会上的讲话内容后,袁仁国指出,作为全球企业的成员,茅台看到了各国领导人为和平、增长与改革所做出的巨大努力,也愿意从中国企业的角度,为世界贸易体制的不断完善,提供微观层面的实践与见证。

“全球自由贸易给我们带来充分成长的机会”

袁仁国说,39 年来的改革开放,让中国融入世界的巨大转型,使茅台能从一个小的作坊式传统工厂,成长为今天全球烈酒行业股票市值第一、产品遍布世界的中国品牌企业。“我们的体验,可能与很多反对全球化的观点不太一致。从个人的感受看,正是全球自由贸易在中国市场的普及,让我们获得了充分的成长机会,更加自信、智慧、担当。”

“1978 年,中国开始实行改革开放政策,这个转向,



●四百多位政要、企业家、专家学者共同探讨全球化与德中“一带一路”合作

给中国社会,特别工商业界释放了巨大的动力和空间;1997 年,亚洲经济危机爆发,让中国人第一次直观地感受到外部世界与自身利益的紧密相关。”袁仁国说指出,“今天的中国,与 1978 年改革开放之初有了巨大不同。上世纪八九十年代,中国贫穷落后,在资本密集的产业上没有比较优势。30 多年的高速发展,中国已经从一个人均 GDP 不及非洲国家平均数三分之一的低收入国家变成一个人均 GDP 达 7600 美元的中等收入国家。‘十三五’,中国正在全力推进全面小康的实现,并向未来进一步发展成为高收入国家迈进。”

“茅台所在的贵州,也早已不是昔日‘地无三里平、人无三分银’的状况,这里通过密集的高速公路、高速铁路以及数量不断增多的机场,通江达海,成为方便链接世界的热土,各项经济指标的增速,更是在中国各省市位列前茅。”他说,历经了近 40 年的市场化改革和全球化融合,中国已成为亚洲乃至全球经济增长中最为重要的核心引擎。大批中国企业走向全球,并开始融入全球产业链、价值链和物流链。中国今天的经济总量,也为打造更多能够引领未来的全球性企业提供了厚实的



●袁仁国接受当地记者采访

土壤。

“发生在中国企业身上的成长与变化,是世界经济史上的重要一笔。”袁仁国介绍说,六十年前,贵州茅台不过是边远山乡的几间作坊,靠人背马驮完成对外的交往。但在今天的中国,茅台已经是一家成功走出了自己品牌道路的传统企业。

“我们的产品,不仅在中国广受欢迎,在世界各地也开始引起更多关注。我们最著名的核心产品——茅台酒与苏格兰威士忌、法国科涅克白兰地一道,并称世界三大知名蒸馏酒。”袁仁国指出,茅台集团的盈利水平,已经超过全球酒业巨头保乐力加,贵州茅台酒已成为为全球单品销售收入最高的产品,销售网络遍布全球。2017 年,茅台股票市值不断上升,突破 5000 亿元人民币,超越帝亚吉欧,成为全球市值最高的烈酒企业。

茅台在全世界的影响力正日益增强。据介绍,过去几年,茅台连年入选英国《金融时报》全球上市企业 500 强排行,并连续多年入选华通明略 Brand Z 全球品牌价值百强企业权威排行,排位超过很多全球老牌的食品企业。过去几年期间,贵州茅台实现的增长业绩超过全球大部分知名企业:销售收入(含税)1825 亿元,较“十一五”增长 233%;利润总额 994 亿元,较“十一五”增长 258%;上缴税金 660 亿元,较“十一五”增长 222%;企业资产总额增长 3.19 倍,资本保值增值率均在 121%以上,净资产收益率均在 20%以上。今天,贵州茅台酒股份有限公司的营业收入和利润,分别占中国 18 家白酒上市

公司的 27%和 45%。茅台酒在中国国内高端白酒市场占有率更是超过了 50%。

与此同时,茅台的触角正向别的领域辐射——由其投资的全国白酒行业的第一所大学今年开始招生;其主导建设的茅台机场,将于今年三季度通航。

深入“一带一路”,推动茅台发展上新台阶

《欧洲新报》主编范轩感慨,虽然远在德国,但常吃起“老干妈”,聚会时喝起茅台酒。这番话,生动地描述了茅台今天在全球市场的上升态势。

据悉,近年来,茅台集团积极响应“一带一路”战略,在沿线国家深耕布局,先后在莫斯科、米兰、汉堡举行了品牌推广,并专门开发了“一带一路”纪念酒。今年,茅台的“一带一路”推介还将走进非洲和澳洲。目前,茅台酒已进入 26 个“一带一路”沿线国家和地区,从 2013 年至 2016 年,茅台酒销量增加近百吨、销售收入增加 1680 万美元,销量占出口总量的 18.91%。



●茅台在“一带一路”沿线市场的深耕,受到各界广泛关注

袁仁国指出,“‘一带一路’是一种升级版的改革开放,不仅是和平、繁荣、开放、创新、文明之路,给中国制造业带来巨大的市场空间,更是参与推动进步、促进交流、相互提高、互惠互利的重要平台。”

“我们将抢抓‘一带一路’的机遇,把茅台打造成面向世界的中国品牌,打造成受人尊敬的世界级企业,享誉全球的国酒茅台。”他说,“与我们的德国同行一样,茅台在坚持传统酿造文化的同时,高度重视以现代化的工业手段,从各个环节保证产品质量。我们始终相信,在全球多元的经济、社会背景下,精益求精的工匠精神永远是走向世界的通行证。”

“种种要素环境根本性的改善,为茅台参与包括全球经济合作提供了强大的外部基础。”袁仁国强调,“我们愿意为世界经济的发展,特别是新兴国家在全球贸易的合作,贡献税收、拉动就业、促进文化交流,贡献绵薄之力。”

“两千年前,中国的名片是丝绸;一千年前,中国的名片是陶瓷;五百年前,中国的名片是茶叶;而今天,中国的名片是具有自主知识产权的民族品牌。”这段他常引用的总结,引起听众的广泛兴趣。

“全球化和自由贸易原则的背后,需要更多参与者承担建设的责任。我们应该通过制度性安排,让全球经济尽早走出低谷,让发展的红利,为更多的人群造福。”袁仁国进一步表示,“茅台愿和中国企业一道,为推动中德贸易的增长做出更大的贡献。” (金石)



●G20 的汉堡,各种观点汇聚



●国酒茅台香溢汉堡



●汉堡