

拥抱实体经济发展新时代

做足酒文章 扩大酒天地

■ 袁仁国

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,我们的成长,绝大部分来自于酒;我们的品牌声誉,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,也是我们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口甑子,11盘石磨,年产量五六十吨。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,上交税收可达200亿元,将完成一份历史上最靓丽的成绩单。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,我们将合理分配要素资源,集中资金、时间、人力等多方力量,一定要把酒业这篇文章做到位、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,我们的基因里,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,特别是近十余年来

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,烈酒年消耗量超过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期。贵州是全球著名的白酒产区,诞生了包括茅台在内的



● 茅台集团董事长袁仁国深入车间指导生产

州酿酒行业走向全球、迈上新的台阶做出更大贡献。

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

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。我们计划到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、循环经济产投公司、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,力争在未来五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。我们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。我们将保持清醒头脑,提高站位,胸怀大局,坚决服从省委、省政府的战略安排,切实把资金投在省内,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

党的十九大期间,习近平总书记三次参加贵州代表团活动,对贵州工作提出了新要求。我们惟有牢记嘱托、感恩奋进,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”,以实际行动和优异成绩回报总书记的关怀和厚爱。

未来五年,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、在世界的标杆地位。

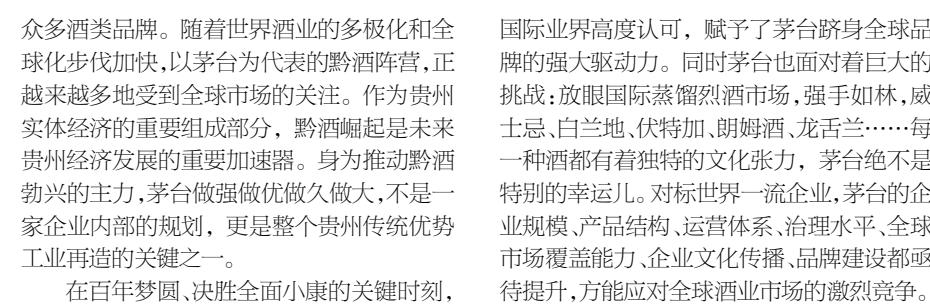
不断满足人民群众日益增长的美好生活需要,今天,茅台的发展,不只是一家企业的生存与壮大。作为中国经济健康成长的一颗螺丝钉,我们肩负着与过去不同的历史责任与任务。面对“两个百年”的重大任务,茅台必须以更强的动力、更好的状态、更优的布局,为国家、为地方做出更多、更大的贡献。

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强做优做大,为开创百姓富、生态美的多彩贵州新未来作出新贡献。

(作者系茅台集团董事长)

包装车间一角



众多酒类品牌。随着世界酒业的多极化和全球化步伐加快,以茅台为代表的黔酒阵营,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,国有企业应奋勇担当。茅台成长为脱贫攻坚的主战场贵州,我们当全力以赴,进一步深化改革,壮大主业,为带动贵州经济,尤其是贵

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:放眼国际蒸馏烈酒市场,强手如林,威士忌、白兰地、伏特加、朗姆酒、龙舌兰……每一种酒都有其独特的文化张力,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

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战略核心业务,也是集团利润贡献最多的产品。未来五年,我们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要更加稳固,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战略核心业务,是覆盖茅台酒之下的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。我们将通过扩产、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。五年后,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公司。葡萄酒、保健酒、利口酒都是茅台

的关注点。

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

的使命。

4 特别报道 Special Reports

的使命。

的使命。